



Reporte Regional

Los Lagos 2017

Autores: Gustavo Barrera Verdugo, Juan Acevedo Rubilar, Bastián Chávez Dinamarca





Reporte Región de Los Lagos 2017

Este informe ha sido elaborado con datos obtenidos por Global Entrepreneurship Monitor (GEM). Los informes globales, nacionales y especializados pueden ser descargados en www.gemconsortium.org. La descripción del proyecto GEM Chile es expuesto en negocios.udd.cl/gemchile. El website de GEM internacional también incluye investigaciones publicadas en journals indexados y sustentadas en el proyecto. El análisis e interpretación sobre los datos es de responsabilidad de los autores.

Edición, diseño y diagramación:
Gibli Activadora de Negocios SpA.
www.gibli.cl
Impreso en Chile por Procolor.



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons
Atribución -No Comercial-Compartir Igual 4.0 Internacional



PRESENTACIÓN

Este año 2018 el Global Entrepreneurship Monitor (GEM) cumple 19 años de vida, periodo en el que se ha perfilado como uno de los instrumentos más interesantes a nivel mundial para medir la actividad emprendedora y su valoración social al interior de distintas economías del mundo. Esto lo ha convertido en uno de los ejes fundamentales para que distintos actores –hacedores de políticas, empresas, universidades y fundaciones– desarrollen sus estrategias y planes de fomento e impulso de la innovación y emprendimiento en Chile.

Por invitación de la Universidad del Desarrollo, la Universidad Tecnológica de Chile INACAP asumió en 2015 la tarea de hacer el levantamiento de información, análisis y reporte en dos regiones (Maule y Los Lagos) de nuestro país, y en 2017, nuestro tercer año de participación, agregamos Los Ríos y Aysén. Esto nos permite contar con un “termómetro” que nos indica cómo es percibido el emprendimiento y cuáles son los principales desafíos y oportunidades al respecto, información clave para una Institución como nuestra Universidad, que aspira a desarrollar la capacidad emprendedora en todos sus estudiantes.

Nuestra amplia cobertura geográfica y el enorme impacto que logramos con los miles de egresados que participan anualmente en el mercado del trabajo, nos comprometen especialmente a impulsar la actividad emprendedora e innovadora en todo el país, pues entendemos que estas son fuerzas motoras para la generación de mayor crecimiento y desarrollo social, medioambiental y económico.

Los emprendedores e innovadores son los llamados a impulsar la creación y sostenibilidad de soluciones que permitan que esta generación y las futuras puedan convivir y solucionar los grandes desafíos de la humanidad, es en esa cancha donde queremos jugar: colaborando con los distintos actores en pos de una sociedad más próspera, equitativa y sostenible.

Agradecemos una vez más a la Universidad del Desarrollo por esta invitación y a los distintos emprendedores y expertos que contestaron esta encuesta, nos permiten contar con estos informes sobre la realidad emprendedora en cuatro regiones de Chile, los que son un insumo y un aporte a todo el ecosistema del emprendimiento de nuestro país.

Felipe Jara Schnettler

Director de Innovación y Emprendimiento
Universidad Tecnológica de Chile INACAP

RESUMEN EJECUTIVO

Contexto

- Global Entrepreneurship Monitor es un referente internacional en el estudio del emprendimiento, considera la medición de indicadores sobre su valoración social, las características de la actividad emprendedora y el ecosistema de emprendimiento en diferentes países.
- En Chile, 9.204 casos fueron encuestados para el año 2017, 615 de ellos en la Región de Los Lagos.

Valores sociales hacia el emprendimiento y atributos individuales

- El 74% considera el emprendimiento como opción de carrera deseable, mientras que el 64% admite que los emprendedores exitosos ostentan un elevado estatus social. 59% percibe que existe una alta difusión de noticias sobre nuevos emprendedores exitosos.
- El 56% percibe buenas oportunidades para iniciar alguna actividad empresarial, el 65% cree tener capacidades para iniciar un negocio.
- Entre quienes perciben buenas oportunidades para comenzar un negocio, el 31% declara tener miedo al fracaso como un obstáculo para ello.

Actividad emprendedora en la Región de Los Lagos

- La Región de Los Lagos presenta un TEA (Total de Actividad Emprendedora en Etapas Iniciales) de 23,7%, siendo muy similar al que tiene el país (23,8%) y manteniéndose en valores parecidos a los años anteriores.
- La Región de Los Lagos presenta una actividad emprendedora naciente del 15%, los nuevos empresarios representan un 9% y los emprendedores establecidos se encuentran en un 14%.

- En cuanto a las motivaciones para emprender, el 40,5% de los emprendedores de Los Lagos indica que fue un modo de incrementar ingresos, mientras que el 20,9% de ellos declara que fue para obtener mayor independencia, el 29,2% por necesidad y solo mantener el ingreso. Finalmente, el 9,5% declara que fue por motivos mixtos.

Características de las personas que realizan actividades emprendedoras en la región

- Los emprendedores de la región se concentran principalmente en los niveles de ingresos medios y altos.
- Para los emprendimientos en etapas iniciales, el 80% se encuentra en edades intermedias, entre los 25 y 54 años de edad. Mientras que los emprendedores establecidos, el 59% es mayor de 45 años.
- En etapas iniciales de emprendimiento, los hombres declaran emprender un 29%, mientras que las mujeres solo un 18%. Para los emprendedores establecidos, las mediciones para hombres y mujeres alcanzaron un 18% y 9% respectivamente.
- Los emprendedores en etapas iniciales que se declaran autoempleados corresponden al 28,4%, mientras que en los emprendedores establecidos este porcentaje alcanza el 25,1%.
- En los emprendedores en etapas iniciales, el 57% se dedica a servicios orientados al consumidor, mientras que esta proporción llega al 46% en emprendedores establecidos.

Creación de valor y competitividad

- 7% de los emprendedores iniciales y el 4% de los establecidos esperan contratar más de 20 trabajadores en los próximos cinco años.
- Cerca del 43% de emprendedores en etapas iniciales y 26% de los establecidos declaran ofrecer productos o servicios novedosos para todos sus clientes.
- Un amplio porcentaje de emprendedores en etapas iniciales (57%) y establecidos (74%) señala no usar nuevas tecnologías.

• En general, los emprendedores de la región tienen bajos niveles de internacionalización de sus productos o servicios.

Factores del ecosistema para emprender

- Los factores con más alta evaluación son Acceso a Infraestructura Física, Normas Sociales y Culturales, y Programas de Gobierno.
- Los factores con más baja evaluación son Apoyo Financiero, Políticas Públicas y Educación.

Figura 1: Indicadores claves (%)



Las mejores condiciones del contexto son:
Acceso a Infraestructura Física, Normas Sociales y Culturales, y Programas de Gobierno.

INDICE

1. Introducción / pág. 13

1.1 Acerca del GEM / pág. 15

1.2 Marco conceptual / pág. 17

1.3 Metodología del GEM / pág. 19

1.4 Proceso emprendedor y
definiciones operativas del GEM / pág. 20

1.5 Sobre este reporte / pág. 22

2. Características del emprendimiento en la Región de Los Lagos / pág. 23

2.1. Valores sociales hacia el emprendimiento
y atributos individuales / pág. 24

2.2. Actividades emprendedoras / pág. 28

2.3. Motivaciones emprendedoras / pág. 30

2.4. Distribución por sectores / pág. 32

2.5. Edad y sexo / pág. 33

2.6. Nivel educativo / pág. 35

2.7. Nivel de ingresos / pág. 36

2.8. Descontinuación de los negocios / pág. 37

2.9. Aspiraciones emprendedoras / pág. 37

2.10. Orientación a la innovación / pág. 39

2.11. Utilización de nuevas tecnologías / pág. 41

2.12. Potencial de expansión del mercado / pág. 42

2.13. Predictores de emprendimiento en
la Región de Los Lagos / pág. 43



3. Factores del ecosistema para emprender en la Región de Los Lagos / *pág. 47*

3.1. Análisis general de las condiciones para emprender en la Región de Los Lagos / *pág. 50*

3.2. Análisis específico de las condiciones para emprender en la Región de Los Lagos / *pág. 51*

4. Referencias / *pág. 61*

5. Expertos consultados / *pág. 63*

6. Ficha metodológica / *pág. 65*

6.1. Encuesta a población adulta en Región de Los Lagos / *pág. 66*

6.2. Encuesta Nacional de Expertos en Región de Los Lagos / *pág. 66*

7. Experiencias de emprendedores en la Región de Los Lagos / *pág. 67*

7.1. Patagon Infusión / *pág. 68*

7.2. Sala Cuna & After School Shaddai / *pág. 69*

7.3. La Cata / *pág. 69*

7.4. Cooperativa Pesquera Costa Carelmapu / *pág. 70*

8. Más información sobre GEM Chile / *pág. 71*

8.1. Autores / *pág. 72*

9. Colaboradores y patrocinadores / *pág. 73*

10. Anexos / *pág. 75*

10.1. Glosario / *pág. 76*



FIGURAS

Figura 1: Indicadores claves (%)

Figura 1.1: Evolución de los modelos teóricos sobre el emprendimiento, GEM 1999-actualidad

Figura 1.2: Modelo actual del GEM

Figura 1.3: El proceso emprendedor y las definiciones operativas del GEM

Figura 2.1: Atributos y valoraciones hacia el emprendimiento en la Región de Los Lagos (% respuestas afirmativas)

Figura 2.2: Actividad emprendedora en etapas iniciales en las regiones participantes en Chile en 2017 (%)

Figura 2.3: Balance de los motivadores para emprendedores en etapas iniciales I (%)

Figura 2.4: Balance de los motivadores para emprendedores en etapas iniciales II (%)

Figura 2.5: Distribución por sectores de emprendimientos en etapas iniciales y establecidas (%)

Figura 2.6: Emprendimientos en etapas iniciales, según grupo de edad (%)

Figura 2.7: Emprendimientos establecidos, según grupo de edad (%)

Figura 2.8: Emprendimientos en etapas iniciales y establecidos, según sexo (%)

Figura 2.9: Proporción del nivel de estudios en actividad emprendedora (%)

Figura 2.10: Actividad emprendedora, según ingreso familiar (%)

Figura 2.11: Razones expresadas tras la discontinuación de un emprendimiento (%)

Figura 2.12: Número de trabajadores y potencial de contrataciones, según etapa de emprendimiento (%)

Figura 2.13: Novedad de los productos o servicios ofrecidos (%)

Figura 2.14: Intensidad de la competencia esperada (%)

Figura 2.15: Uso de nuevas tecnologías o procesos (%)

Figura 2.16: Expectativa de expansión de mercado (%)

Figura 2.17: Proporción de emprendedores, según orientación a mercados internacionales (%)

Figura 2.18: Razón de probabilidad de participación en etapas iniciales de la actividad emprendedora

- Figura 3.1:** Evaluación de expertos sobre ecosistema de emprendimiento (promedio)
- Figura 3.2:** Evaluación del contexto emprendedor de la Región de Los Lagos y en Chile
- Figura 3.3:** Evaluación de la condición Apoyo financiero
- Figura 3.4:** Evaluación de la condición Políticas públicas
- Figura 3.5:** Evaluación de la condición Programas de Gobierno
- Figura 3.6:** Evaluación de la condición Educación para Emprendimiento
- Figura 3.7:** Evaluación de la condición Transferencia I+D
- Figura 3.8:** Evaluación de la condición Infraestructura Comercial y Profesional
- Figura 3.9:** Evaluación de la condición Apertura al Mercado
- Figura 3.10:** Evaluación de la condición Infraestructura Física
- Figura 3.11:** Evaluación de la condición Normas Sociales y Culturales



TABLAS

- Tabla 2.1:** Atributos y valoraciones hacia el emprendimiento según región (%).
- Tabla 2.2:** Atributos y valoraciones hacia el emprendimientos según etapa del emprendimiento (% de respuestas afirmativas)
- Tabla 2.3:** Actividad emprendedora según fase del proceso emprendedor (%)
- Tabla 2.4:** Modelos de regresión logística para la probabilidad de participación en etapas iniciales de la actividad emprendedora
- Tabla 3.1:** Condiciones de la actividad emprendedora

INTRODUCCIÓN

- 1.1. Acerca del GEM
- 1.2. Marco conceptual
- 1.3. Metodología del GEM
- 1.4. Proceso emprendedor y definiciones operativas del GEM
- 1.5. Sobre este reporte



El estudio Global Entrepreneurship Monitor Internacional publica anualmente reportes sobre el estado y tendencias de la actividad emprendedora de diversos países, que transitan por diferentes etapas de su desarrollo económico. Chile se unió a esta iniciativa en 2002, y desde entonces, en el país han sido generados informes nacionales y regionales con indicadores para evaluación de valores sociales, de la actividad emprendedora, aspiraciones y el ecosistema emprendedor.

Por su cobertura geográfica, tamaño muestral y calidad metodológicas, el proyecto GEM Chile se ha convertido en la iniciativa más relevante para comprender el fenómeno del emprendimiento y su dinámica a nivel nacional y regional. Desde 2015, la Universidad Tecnológica de Chile INACAP es responsable del proceso de recopilación de datos orientada a expertos y la elaboración de reportes en la Región de Los Lagos.



INTRODUCCIÓN

1.1. Acerca del GEM

El proyecto fue iniciado por Michael Hay del London Business School (Reino Unido) y Bill Bygrave del Babson College (EE.UU.) en 1997, el primer estudio se realizó en 1999 e incluyó a diez países con economías desarrolladas. En el año 2017 participaron 54 países, considerando a economías que disponen del 68% de la población del mundo y generan alrededor del 86% del PIB a nivel global (Singer, Herrington & Menipaz, 2018).


Latinoamérica ha sido representada en forma significativa en este estudio. En 2010 los países de América Latina y el Caribe constituyeron la segunda región con mayor participación en GEM, solo Europa obtuvo mayor presencia durante ese periodo (Amorós, 2011). La edición 2017 del GEM cuenta con la participación de Puerto Rico, Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, Guatemala, México, Panamá, Perú y Uruguay.

Chile se unió al proyecto en 2002 y desde ese entonces se han realizado mediciones consistentes bajo la metodología de GEM. Actualmente el proyecto es liderado en Chile por la Universidad del Desarrollo, que,


en conjunto con universidades regionales, conforman una red de investigación que abarca gran parte del territorio del país. La Universidad Tecnológica de Chile INACAP ha sido par regional del GEM desde 2015 en las regiones del Maule y Los Lagos, sumando a partir del 2017 las regiones de Los Ríos y Aysén.

En 2004 fue creada la Global Entrepreneurship Research Association (GERA) como organismo supervisor del proceso de elaboración de informes. GERA es una entidad sin fines de lucro dirigida por integrantes de las organizaciones fundadoras London Business School (Reino Unido) y Babson College (EE.UU.), las instituciones patrocinadoras Universidad del Desarrollo (Chile), Universiti Tun Abdul Razak (Malasia), Korea Entrepreneurship Foundation (Corea), International Development Research Centre (Canadá) y International Council for Small Business (EE.UU), y equipos patrocinadores nacionales alrededor del mundo que apoyan las líneas de investigación académica asociada a la actividad emprendedora (Singer, Herrington & Menipaz, 2018).





El GEM entrega información confiable y actualizada para las principales organizaciones mundiales que observan la actividad emprendedora, el estudio ha logrado desarrollar un set de reportes que son utilizados por una comunidad de investigadores dinámica y en permanente crecimiento. Las características del GEM que atraen a investigadores de diversos países, son las siguientes (Global Entrepreneurship Monitor, n.d.):

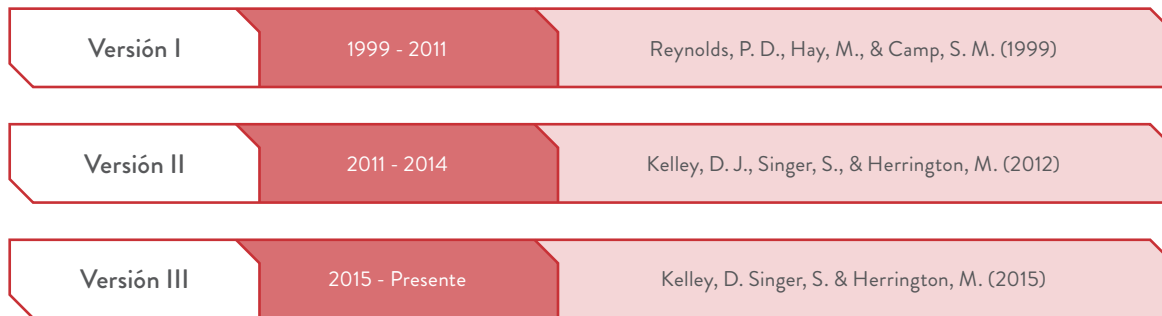
- 
- **Focaliza al emprendedor individual**, obteniendo datos primarios del pequeño emprendedor cuya actividad podría no ser medida en la estadística oficial.
 - **Permite realizar comparaciones entre los países**, al utilizar el mismo enfoque al obtener los datos a nivel global.
 - **Identifica la actividad emprendedora como un proceso**, al capturar las mediciones de las distintas fases, desde identificar las oportunidades, realizar los primeros pasos del emprendimiento, dirigir un emprendimiento naciente y hacerlo crecer.
 - **Dispone de set de datos históricos comprensibles**, pues en sus 18 años de trayectoria ha recabado más de dos millones de observaciones en más de 100 economías a nivel mundial.
 - **Articula una destacada red global de expertos**, al reunir más de 500 especialistas en la temática de emprendimiento a nivel mundial.
 - **Recolecta datos de emprendimientos informales**, lo que generalmente las estadísticas oficiales no logran capturar; esto es particularmente relevante en economías en desarrollo.

1.2. Marco conceptual

El GEM ha actualizado su comprensión del emprendimiento a través de un modelo teórico que evoluciona en el tiempo. Los cambios en el estudio han permitido un mayor entendimiento del vínculo de variables que inciden en el emprendimiento, sin comprometer la información recopilada previamente. Como se observa en la *Figura 1.1*, desde 1999 hasta el presente

se han elaborado tres modelos teóricos, su progresión está relacionada con el aumento en la complejidad de las relaciones entre los factores que intervienen en el emprendimiento, como el papel que desempeña el contexto político, económico y cultural, y los valores sociales y los atributos individuales del emprendedor.

Figura 1.1: Evolución de los modelos teóricos sobre el emprendimiento, GEM 1999-actualidad



Fuente: Elaboración propia en base a GEM

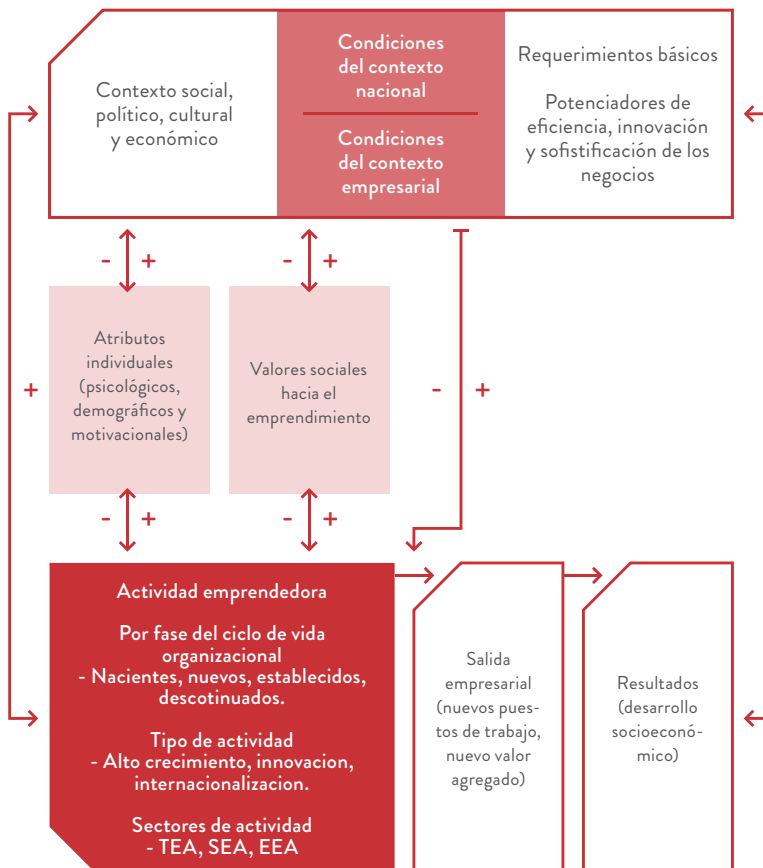


Figura 1.2: Modelo actual del GEM

Esta evolución se articula para alcanzar con eficacia los tres grandes objetivos del GEM: 1) Medir los diferentes niveles de actividad emprendedora entre los países. 2) Descubrir los factores que determinan los niveles de actividad emprendedora a nivel nacional. 3) Identificar políticas que pueden mejorar los niveles de actividad emprendedora a nivel nacional (Amorós, 2011). El marco teórico actual data del 2015 y obedece al siguiente esquema (ver *Figura 1.2*).

Fuente: Global Report, 2017/2018. GEM

El modelo actual vincula el contexto social, político, cultural y económico, con los valores sociales sobre el emprendimiento, los atributos individuales del emprendedor y la actividad emprendedora. Se basa en la concepción de que el emprendimiento es un constructo multidimensional, que involucra diversos actores y niveles de análisis (Wennekers, Uhlaner & Thurik, 2002).

El GEM identifica tres ambitos principales para explicar la actividad emprendedora: el individuo, su actividad y su entorno. El modelo estima que las características del entorno (social, cultural, económico y político) apoyan o dificultan la intención de emprender en las personas, impactando la creación de valor, generación de nuevos puestos de trabajo y el desarrollo socioeconómico (Kelley et al., 2012). A continuación, **son descritos estos tres componentes:**

I. Entorno para la actividad emprendedora:

este factor hace referencia a las características del entorno nacional y empresarial, que facilitan o dificultan las actividades emprendedoras. Está constituido por:

- **Requerimientos básicos:** configuración institucional, infraestructura, estabilidad macroeconómica, condiciones de educación básica y salud apropiadas.
- **Estimuladores de eficiencia:** educación y capacitación, tamaño y eficiencia en mercados que ofertan bienes y servicios.
- **Condiciones para la innovación y sofisticación de los negocios:** políticas gubernamentales, educación en emprendimiento, transferencia de investigación y desarrollo, apertura de mercados internos, disponibilidad de financiamiento, infraestructura y normas instituidas en la cultura.



II. Individuos emprendedores: caracteriza a personas que son guiadas por su contexto social hacia el emprendimiento. Son estudiadas condiciones demográficas, como nivel educacional, edad y género, también percepciones sobre oportunidades, miedo al fracaso, capacidades personales y aspectos motivacionales que guían a individuos a emprender. Adicionalmente, son evaluados valores sociales que promueven o desestiman el emprendimiento.

III. Actividades emprendedoras: consiste en análisis sobre etapas del ciclo de vida de una organización, el tipo de actividad que desarrolla y su impacto, en términos particulares son estimados los indicadores Total de Actividad Emprendedora en Etapas Iniciales (TEA), Emprendimiento Social (SEA) y Actividad Emprendedora de Empleados (EEA).



1.3. Metodología del GEM

El equipo del GERA, en conjunto con los equipos nacionales, coordinan y controlan la aplicación de instrumentos para obtención de información, como son la Encuesta a Población Adulta y Encuesta Nacional de Expertos. Estas evaluaciones entregan dos perspectivas complementarias para entender el fenómeno del emprendimiento.

La Encuesta a Población Adulta se orienta a medir el nivel y naturaleza de la actividad de emprendedores alrededor del mundo. Se enfoca en explorar el rol del individuo en el ciclo de vida del proceso emprendedor, focalizándose en sus condiciones demográficas, motivaciones para empezar un negocio, actitudes emprendedoras y acciones realizadas al iniciar un negocio.

La Encuesta Nacional de Expertos es un cuestionario que reúne la opinión de especialistas sobre un amplio rango de ítems¹, cada uno de ellos está diseñado para obtener percepciones sobre una dimensión diferente del ecosistema de emprendimiento. Los expertos son seleccionados por su amplio conocimiento del contexto del emprendimiento en un área geográfica o bien por su trayectoria emprendedora. Aportan su conocimiento en las nueve dimensiones abordadas en el estudio, estas son Apoyo Financiero, Políticas Públicas, Programas de Gobierno, Educación y Capacitación, I+D y Transferencia, Infraestructura Comercial, Apertura del Mercado Interno, Infraestructura Física y Cultura y Normas Sociales.

¹ Los ítems están asociados Entrepreneurial Framework Conditions (EFCs), que definen el ecosistema de emprendimiento y considera los recursos, iniciativas, mercados y apoyo institucional para la creación y crecimiento de nuevos emprendimientos (Bosma et al., 2008).

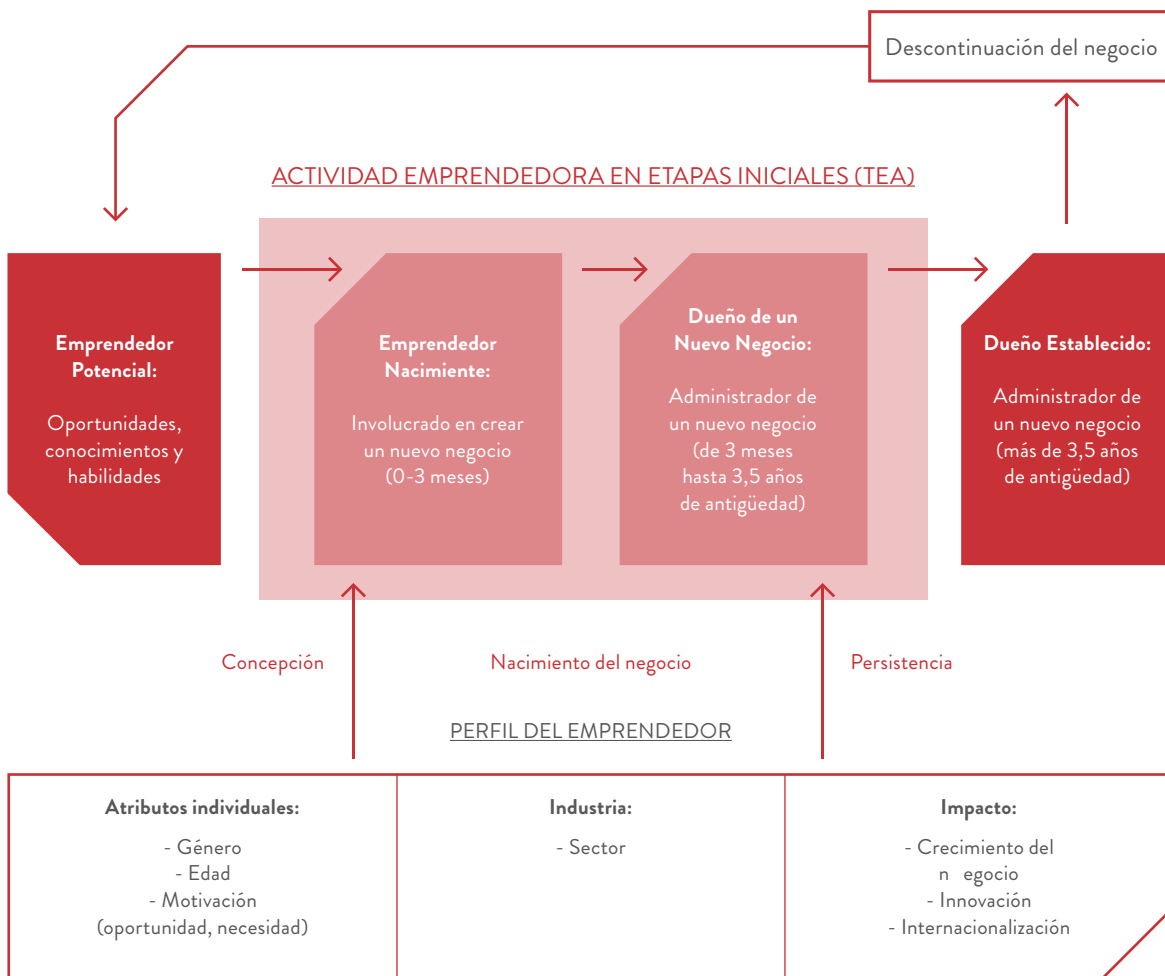
1.4. Proceso emprendedor y definiciones operativas del GEM

El GEM ha adherido la definición de emprendimiento planteada por Reynolds et al. (1999), autores que identifican este concepto como “toda intención de creación de nuevos negocios o empresas, incluyendo trabajo por cuenta propia, desarrollo de una organización empresarial o el crecimiento de un negocio existente, por parte de personas individuales, un equipo o un negocio establecido”(p.3).

Una de las cualidades diferenciadoras del GEM es su orientación hacia el estudio de percepciones y condiciones demográficas individuales en diferentes fases de actividad emprendedora, por ello, el estudio observa al individuo desde el momento en que es un emprendedor

potencial y luego compromete recursos para iniciar un negocio, hasta que se consolida como dueño y dirige su negocio establecido, manteniéndose en operación por más de 42 meses. La **Figura 1.3** sintetiza el proceso emprendedor.

Figura 1.3: El proceso emprendedor y etapas emprendedoras del GEM



Fuente: Global Report, 2017/2018.GEM



La información de *Figura 1.3* permite comprender la actividad emprendedora como un proceso desarrollado en cuatro etapas.

La primera corresponde a la categoría denominada **Emprendedor Potencial**, que incorpora a individuos con predisposición a iniciar un nuevo negocio, pero que aún no comienzan acciones específicas para ello. En esta etapa se mide la percepción de atributos individuales y su valoración hacia el emprendimiento.

La segunda fase, categorizada como **Emprendedor Naciente**, considera a personas que señalan inicio de un nuevo negocio, o pago de salarios a sus trabajadores y/o a sí mismos, en un plazo no mayor a tres meses. En GEM, el pago de cualquier tipo de retribución en un periodo mayor a tres meses, tanto al dueño de la empresa o a algún empleado, es identificado como el momento del nacimiento de un negocio.

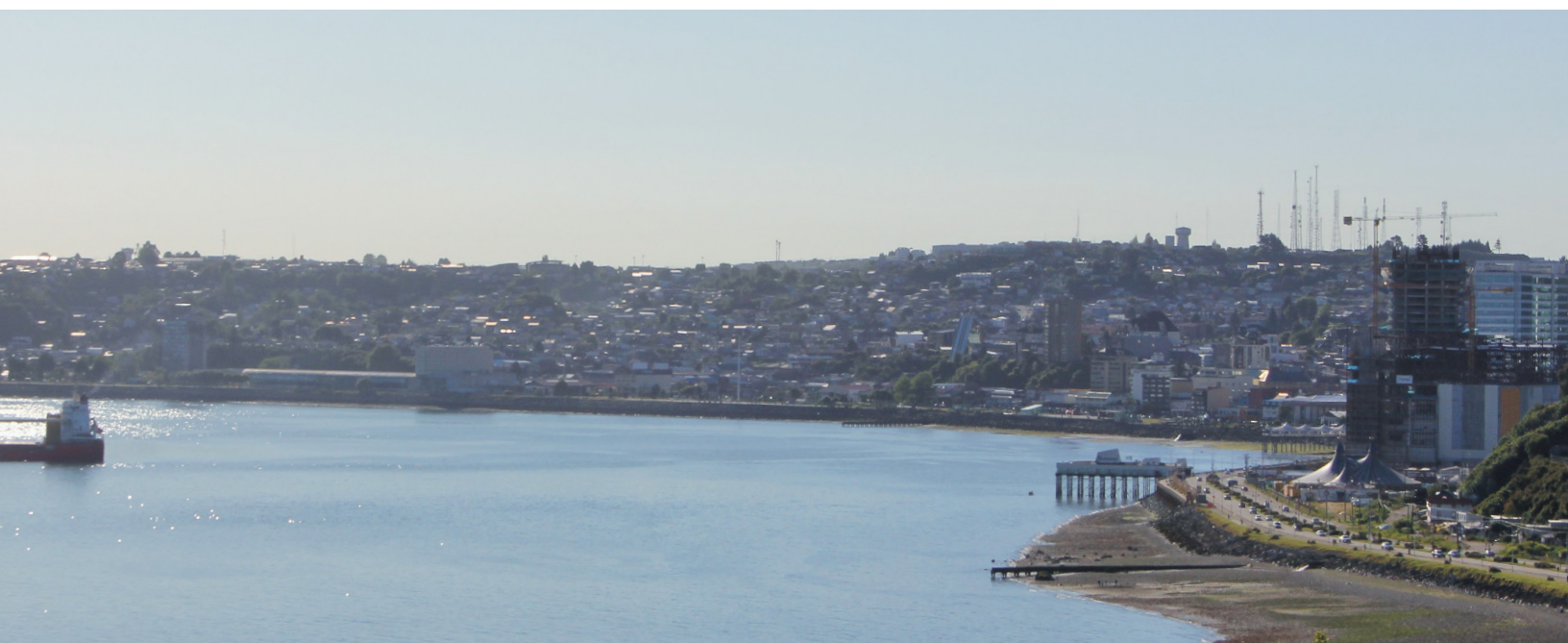
La tercera fase es definida como **Dueño de un Nuevo Negocio**, agrupa a individuos que han pagado salarios por extensión de 3 a 42 meses luego de iniciar un negocio. La proporción de emprendedores nacientes más dueños de nuevos negocios, es denominada en GEM como Total de Actividad Emprendedora en Etapas Iniciales (en adelante TEA por su sigla en inglés de Total Early-Stage Entrepreneurial Activity).

La última etapa es definida como **Dueño Establecido**, y considera a personas dedicadas a la operación de su negocio con pago de salarios por extensión de más de 42 meses. Esta fase también es reconocida como “etapa de persistencia”, pues el negocio ha superado dificultades iniciales y busca consolidarse.



1.5. Sobre este reporte

Este documento representa la información obtenida desde emprendedores y expertos durante 2017, en la Región de Los Lagos. Su contenido describe el desempeño de diferentes dimensiones consideradas en marco conceptual del GEM. Evalúa la dinámica emprendedora en esta región y sus condiciones de contexto.





CARACTERÍSTICAS DEL EMPRENDIMIENTO EN LA REGIÓN DE LOS LAGOS

- 2.1.** Valores sociales hacia el emprendimiento y atributos individuales
- 2.2.** Actividades emprendedoras.
- 2.3.** Motivaciones emprendedoras
- 2.4.** Distribución por sectores
- 2.5.** Edad y sexo
- 2.6.** Nivel educativo
- 2.7.** Nivel de ingresos
- 2.8.** Descontinuación de los negocios
- 2.9.** Aspiraciones emprendedoras
- 2.10.** Orientación a la innovación
- 2.11.** Utilización de nuevas tecnologías
- 2.12.** Potencial de expansión del mercado
- 2.13.** Predictores de emprendimiento en la Región de Los Lagos



2.1. Valores sociales hacia el emprendimiento y atributos individuales

Para el GEM la valoración social influye en los niveles de actividad emprendedora, pues en la medida que exista aceptación colectiva será más probable que las personas se conviertan en emprendedores. Se mide esta dimensión de la encuesta mediante la apreciación de la población sobre tres variables: opinión del emprendimiento como profesión deseable, el estatus social de emprendedores con éxito y la atención que recibe este grupo por parte de medios de comunicación. Asimismo, el GEM analiza la percepción de la población respecto de las oportunidades en el entorno, sus propias capacidades individuales, la intención de emprender en el futuro y el miedo al fracaso cuando se desea partir un negocio.



La **Tabla 2.1** muestra actitudes y percepciones emprendedoras a nivel nacional y regional. En comparación con el país, Los Lagos presenta porcentajes más elevados en percepción de la mayoría de variables evaluadas.

Tabla 2.1: Atributos y valoraciones hacia el emprendimiento según región (% respuestas afirmativas)

Región	Percepción de oportunidades	Percepción de capacidades	Miedo al fracaso*	Intenciones emprendedoras**	Emprendimiento como opción de carrera deseable	Reconocimiento a los emprendedores exitosos	Atención que los medios de comunicación dan al emprendimiento
Los Lagos	55,9	64,8	31,0	50,4	74,2	64,3	58,8
Chile	55,5	61,8	29,4	45,8	73,8	62,9	62,0

*Proporción de adultos entre 18-64 años que observa buenas oportunidades para comenzar un negocio.

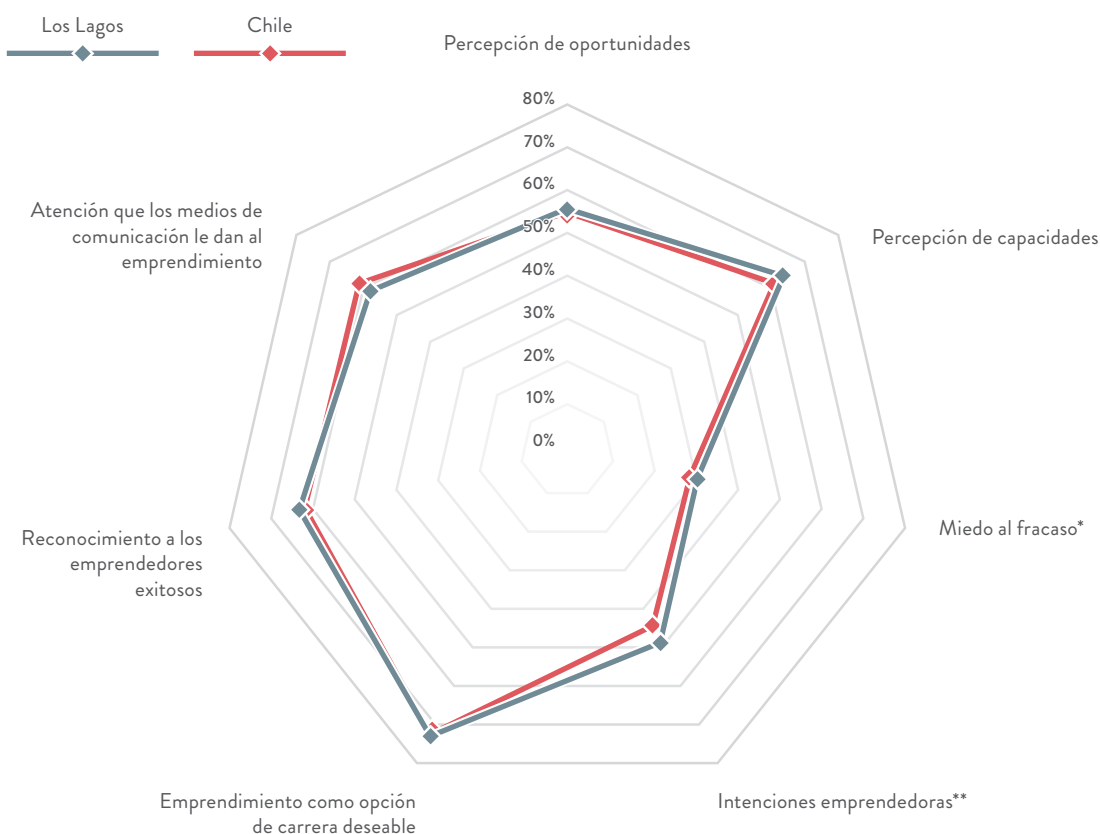
**Proporción de adultos que no está involucrada en actividades emprendedoras.

Fuente: GEM, Encuesta a Población Adulta (APS), 2017.

En coherencia con la tabla anterior, la **Figura 2.1** indica que la Región de Los Lagos presenta porcentajes levemente superiores al nivel nacional en lo referido al porcentaje de quienes consideran que se otorga reconocimiento a los emprendedores exitosos (64,3%), y sobre la percepción del emprendimiento como opción de carrera deseable (74,2%).

También se observan mayores porcentajes en la región en la apreciación de capacidades para emprender (64,8%), miedo al fracaso (31,0%) e intenciones emprendedoras (50,4%). Finalmente, en la Región de Los Lagos se obtiene comparativamente una menor proporción en aquellos que consideran que hay atención de los medios de comunicación al emprendimiento (58,8%).

Figura 2.1: Atributos y valoraciones hacia el emprendimiento en la Región de Los Lagos (% respuestas afirmativas)



*Proporción de adultos entre 18-64 años que observa buenas oportunidades para comenzar un negocio.

**Proporción de adultos que no está involucrada en actividades emprendedoras.

Fuente: GEM, Encuesta a Población Adulta (APS), 2017.

La **Tabla 2.2** analiza las atribuciones y valoraciones hacia el emprendimiento por etapa de actividad emprendedora, en la región y a nivel nacional. Con respecto a la pregunta sobre el conocimiento de alguna persona que haya iniciado un negocio hace dos años, se puede indicar que en la región, aquellos encuestados sin relación con actividades emprendedoras presentan una menor respuesta positiva que aquellos con alguna relación o que ya se encuentran en fases de emprendimiento.

Situación similar ocurre en la apreciación de capacidades para emprender, en donde las personas sin relación con actividad emprendedora presentan un 52,1%, versus el resto de las categorías que se encuentran sobre el 80%. En el sentido contrario, las personas sin vínculo con el emprendimiento presentan un mayor porcentaje que los demás grupos en cuanto al temor al fracaso para iniciar un negocio.

Tabla 2.2: Atributos y valoraciones hacia el emprendimiento según etapa del emprendimiento (% de respuestas afirmativas)

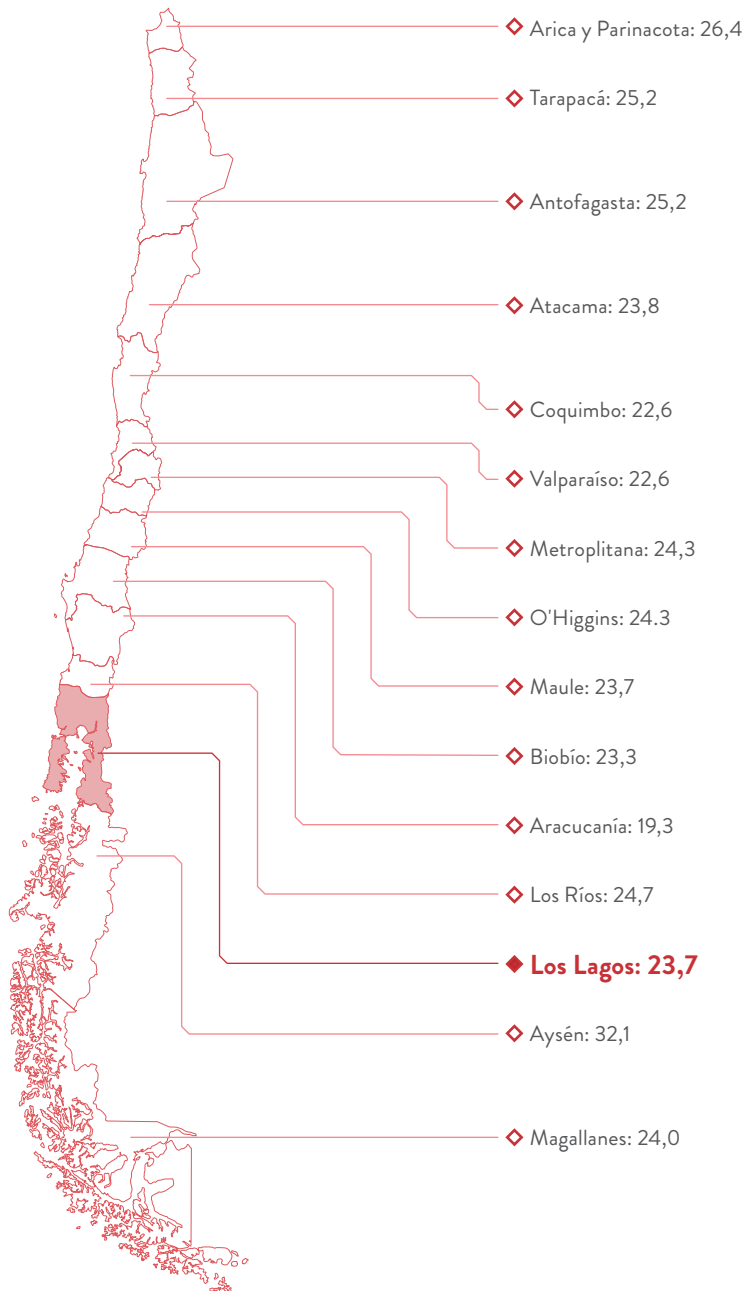
¿Conoce usted personalmente a alguien que haya iniciado un nuevo negocio en los últimos dos años?					
	Sin relación con alguna actividad emprendedora	Con alguna relación con actividades emprendedoras	Emprendedores/as nacientes	Nuevos/as empresarios/as	Actividad emprendedora establecida
Los Lagos	34,1	57,1	48,8	65,9	60,7
Chile	33,8	63,7	61,8	75,2	62,7
¿Cree usted que en los próximos seis meses habrá buenas oportunidades para empezar un nuevo negocio o empresa en el lugar donde vive?					
	Sin relación con alguna actividad emprendedora	Con alguna relación con actividades emprendedoras	Emprendedores/as nacientes	Nuevos/as empresarios/as	Actividad emprendedora establecida
Los Lagos	56,8	54,4	61,7	58,2	49,1
Chile	54,7	57,2	59,3	58,6	52,0
¿Considera que usted posee los conocimientos, habilidades y experiencias necesarias para iniciar un negocio o empresa?					
	Sin relación con alguna actividad emprendedora	Con alguna relación con actividades emprendedoras	Emprendedores/as nacientes	Nuevos/as empresarios/as	Actividad emprendedora establecida
Los Lagos	52,1	87,2	86,1	82,0	84,5
Chile	50,5	85,8	85,6	86,5	86,4
¿El temor al fracaso le impide iniciar un nuevo negocio?					
	Sin relación con alguna actividad emprendedora	Con alguna relación con actividades emprendedoras	Emprendedores/as nacientes	Nuevos/as empresarios/as	Actividad emprendedora establecida
Los Lagos	39,2	24,0	17,6	23,4	25,0
Chile	36,5	24,5	24,6	22,2	24,2

Fuente: GEM, Encuesta a Población Adulta (APS), 2017.

2.2. Actividades emprendedoras

La **Figura 2.2** señala el indicador TEA (Total de Actividad Emprendedora en Etapas Iniciales) a nivel regional, es decir, la actividad de emprendedores que se encuentran en las primeras etapas, incluyendo emprendedores nacientes y nuevos empresarios. La Región de Los Lagos presenta un TEA de 23,7%, siendo muy similar al que tiene el país (23,8%) y manteniéndose en valores parecidos a años anteriores.

Figura 2.2: Actividad emprendedora en etapas iniciales en las regiones participantes en Chile en 2017 (%)



Fuente: GEM, Encuesta a Población Adulta (APS), 2017.



La **Tabla 2.3** muestra la actividad emprendedora en fases de su proceso. En general, se observa que en el país predomina la actividad emprendedora naciente, seguida de los nuevos empresarios y los emprendedores ya establecidos. La Región de Los Lagos presenta una actividad emprendedora naciente del 15%, los nuevos empresarios representan un 8,8% y los emprendedores establecidos se encuentran en un 13,9%. Cabe mencionar que la Región de Los Lagos presenta un alto porcentaje de discontinuación del emprendimiento a nivel nacional (9,1%).

Tabla 2.3: Actividad emprendedora según fase del proceso emprendedor (%)

Región	Actividad emprendedora naciente	Nuevos negocios, gerentes y propietarios	Fase inicial de actividad emprendedora (TEA)	Negocios, gerentes y propietarios establecidos	Tasa de discontinuación
Los Lagos	15,0	8,8	23,7	13,9	9,1
Chile	14,7	9,7	23,8	9,9	7,1

Fuente: GEM, Encuesta a Población Adulta (APS), 2017.

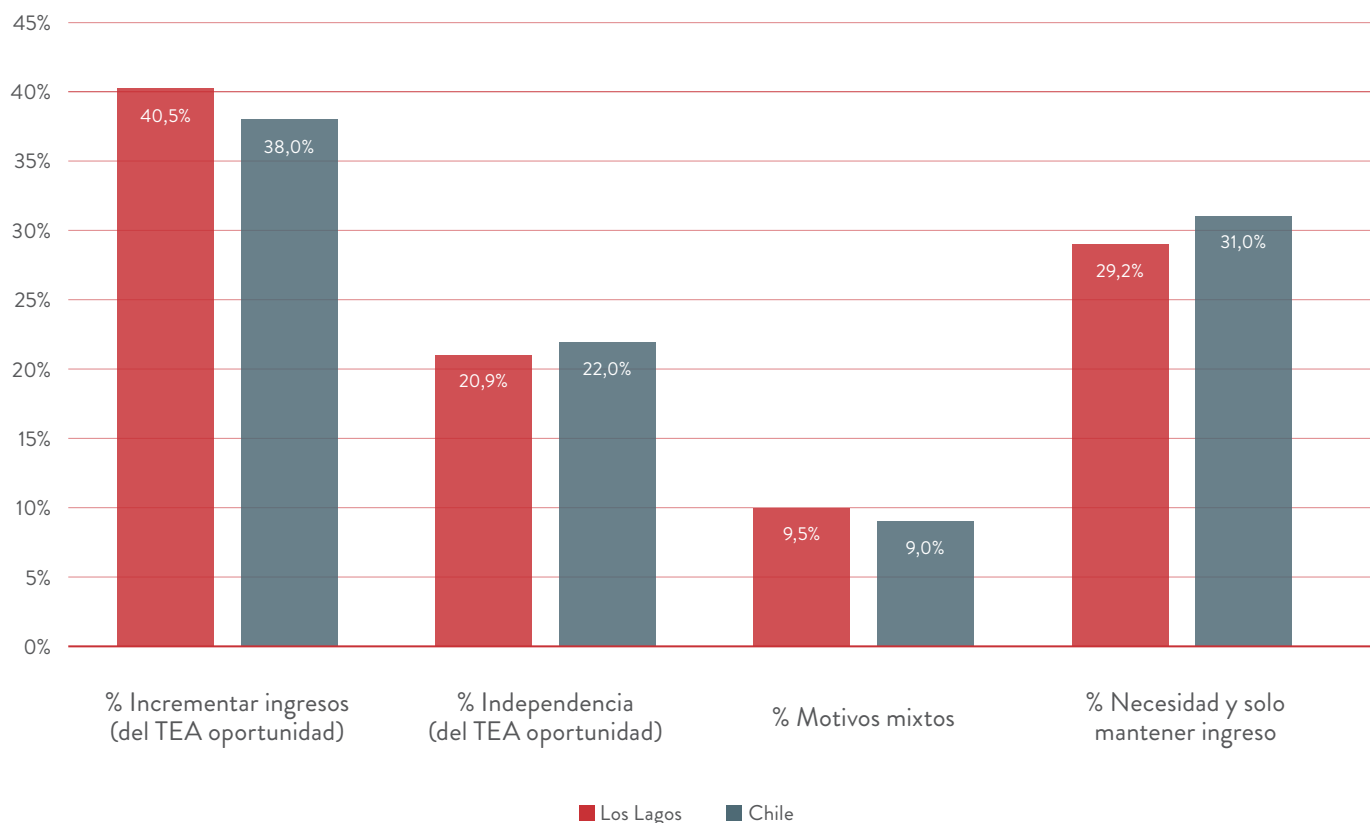
2.3. Motivaciones emprendedoras

GEM entiende que existen dos tipos de motivaciones que incentivan a los individuos emprender: oportunidad y necesidad. La primera motivación se vincula con la oportunidad de llevar una idea al mercado y desarrollar un nuevo negocio, es decir, el emprendedor que decide materializar una idea que posee potencial de crecimiento. Dentro de estos emprendedores, podemos distinguir entre aquellos que son motivados por incrementar su nivel de ingreso, desean tener mayor independencia o tienen motivos mixtos.

Aquellos que declaran ser motivados por necesidad, fueron los que no tuvieron otra opción de empleo y deciden emprender porque requieren conseguir recursos para solventar su carga financiera familiar.

La **Figura 2.3** señala el balance de los motivadores para emprendedores que indican estar en etapas iniciales I. En la Región de Los Lagos, podemos apreciar que el 40,5% de ellos indican que emprendieron como una medida para incrementar ingresos, mientras que el 20,9% de ellos lo hicieron para obtener mayor independencia, el 29,2% por necesidad y solo mantener el ingreso; y finalmente el 9,5% declara que fue por motivos mixtos.

Figura 2.3: Balance de los motivadores para emprendedores en etapas iniciales I (%)

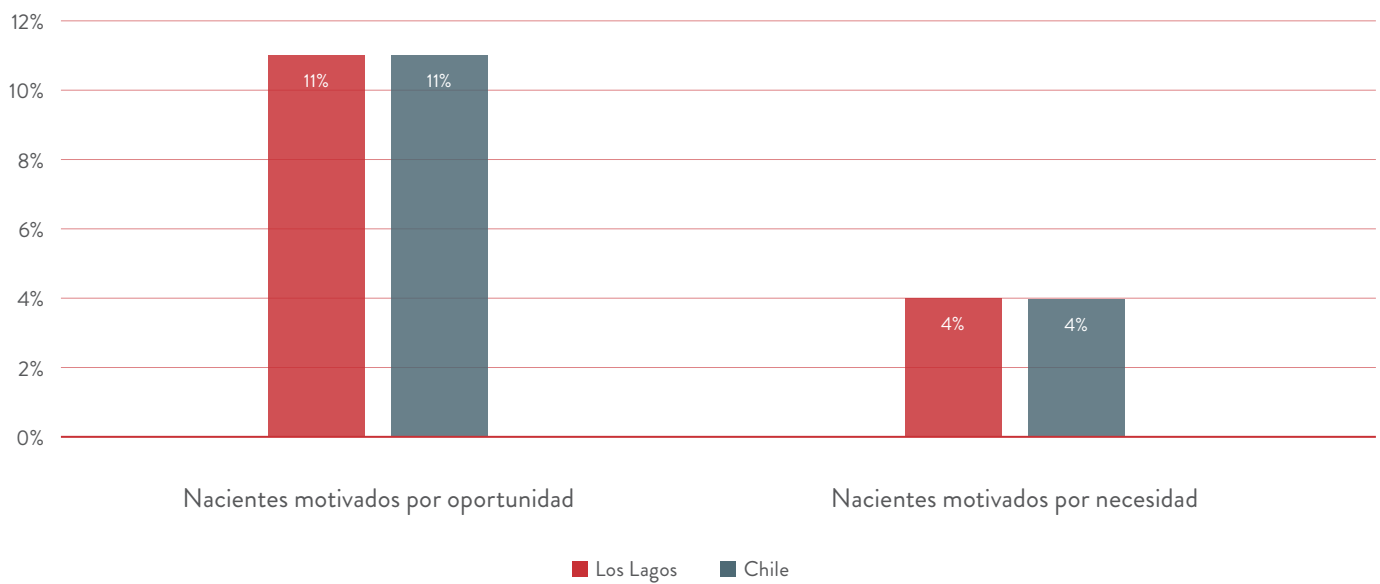


Fuente: GEM, Encuesta a Población Adulta (APS), 2017.



La *Figura 2.4*, indica que entre el total de población estudiada, el 11,0% es un emprendedor en etapas iniciales II motivado por oportunidad, similar al 11,0% a nivel nacional. En cuanto al emprendimiento por necesidad, el valor regional alcanza el 4,0%, similar al 4,0% a nivel nacional.

Figura 2.4: Balance de los motivadores para emprendedores en etapas iniciales II (%)



Fuente: GEM, Encuesta a Población Adulta (APS), 2017.

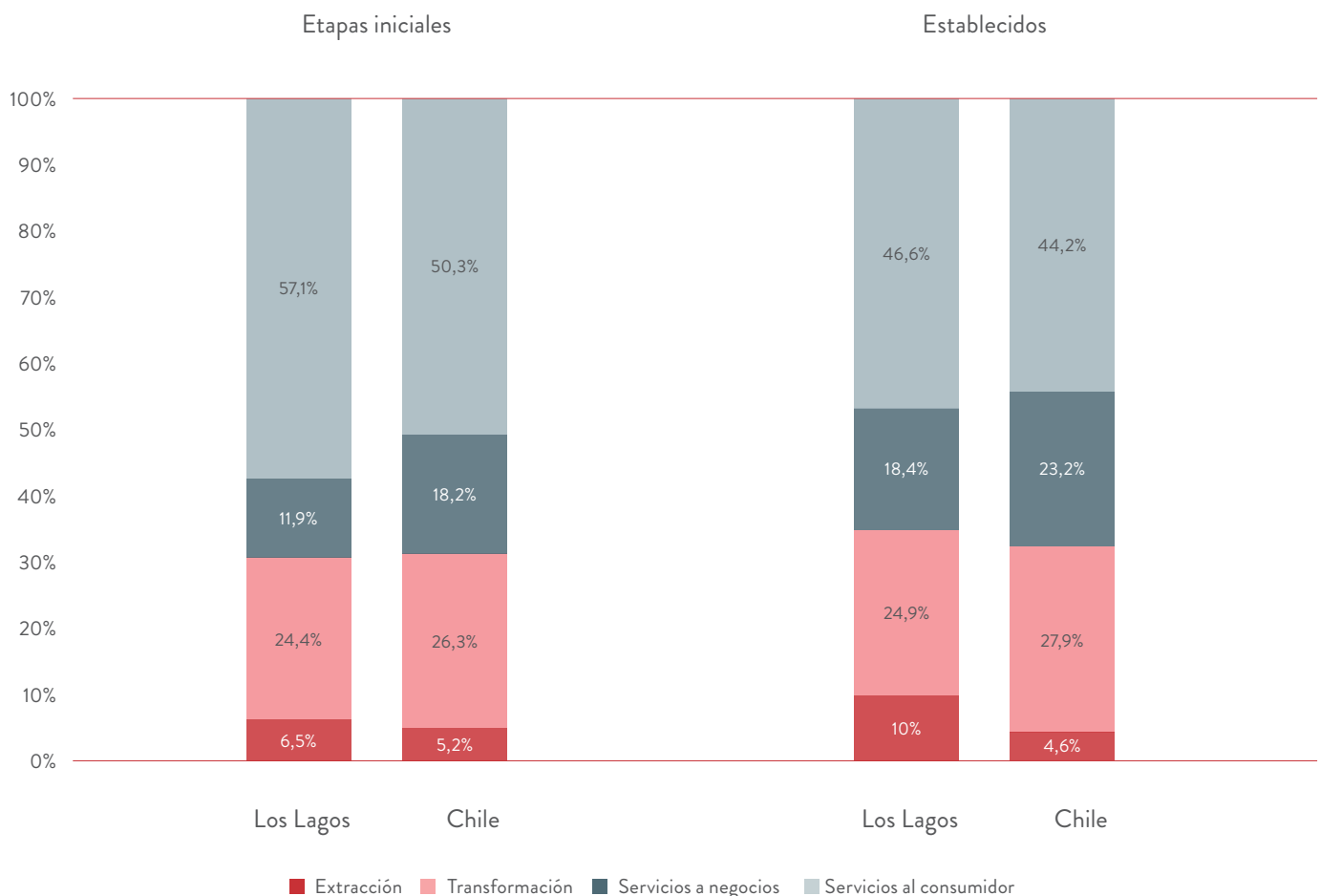
2.4. Distribución por sectores

La **Figura 2.5** señala los sectores en que participan emprendedores en etapas iniciales y establecidos. La tendencia a nivel nacional en las últimas versiones de la encuesta, ha demostrado que la mayoría de los emprendedores se dedica a servicios orientados al consumidor (peluquería, hotelería, turismo y gastronomía, entre otras), la Región de Los Lagos no es la excepción durante el año 2017.

En los emprendedores en etapas iniciales, el 57,1% trabaja en servicios orientados al consumidor, el 24,4% se dedica al sector transformación, el 11,9% a servicios a negocios y el 6,5% al sector extracción. No se presentan mayores diferencias a nivel país, exceptuando los servicios a negocios, que a nivel nacional es mayor (18,2%).

Entre los emprendedores establecidos, este año el 46,6% declara tener servicios orientados al consumidor, un 18,4% a servicios a negocios, un 24,9% a transformación y un 10% a extracción.

Figura 2.5: Distribución por sectores de emprendimientos en etapas iniciales y establecidos (%)

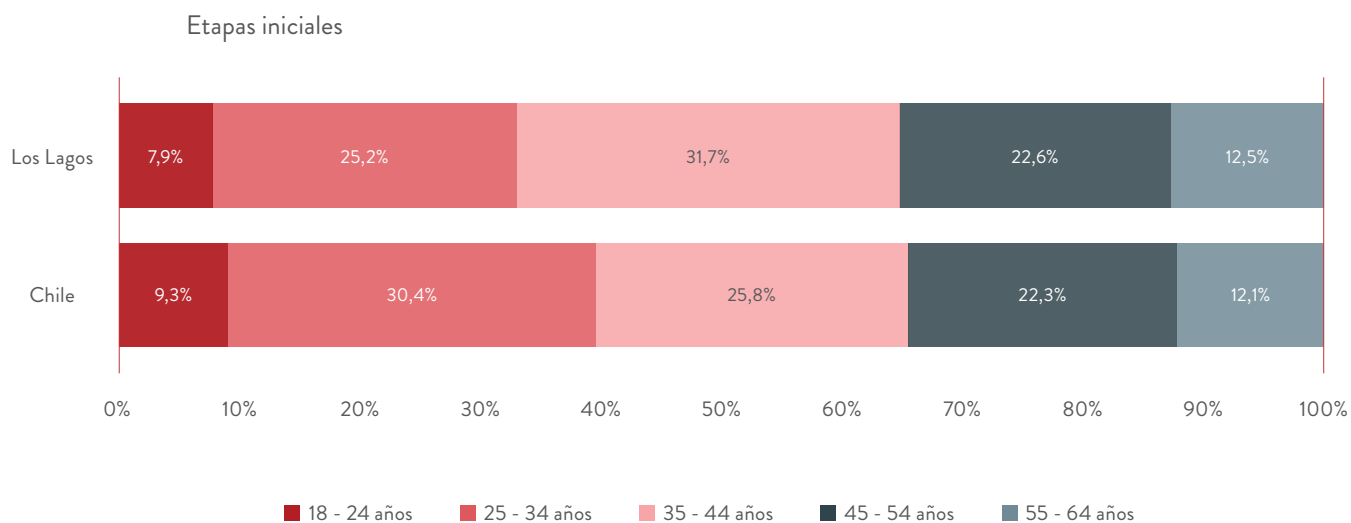


Fuente: GEM, Encuesta a Población Adulta (APS), 2017.

2.5. Edad y sexo

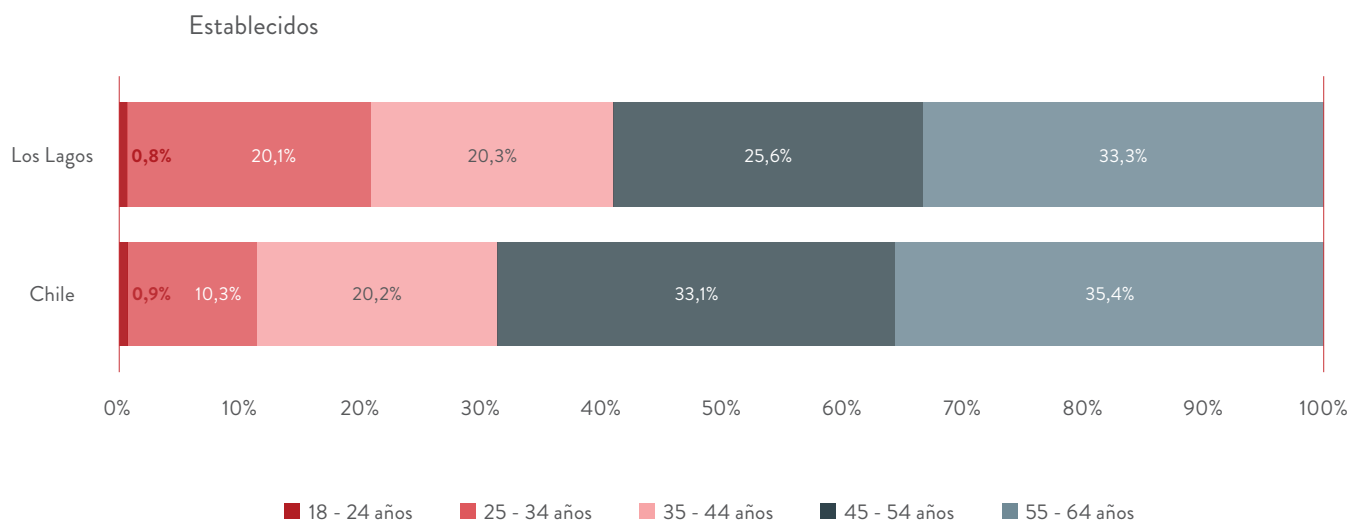
La **Figura 2.6** refleja las edades de emprendedores en etapas iniciales, 31,7% de ellos se encuentra entre 35 y 44 años, el 25,2% tiene de 25 a 34 años de edad, el 22,6% se encuentra entre los 45 y 54 años, y el 12,5% tienen 55 años o más. En cuanto a los emprendedores establecidos (ver Figura 2.7), se observa que predominan los rangos más avanzados de edad, con un 33,3% en 55 años o más, y un 25,6% para quienes tienen de 45 a 54 años.

Figura 2.6: Emprendimientos en etapas iniciales, según grupo de edad (%)



Fuente: GEM, Encuesta a Población Adulta (APS), 2017.

Figura 2.7: Emprendimientos establecidos, según grupo de edad (%)

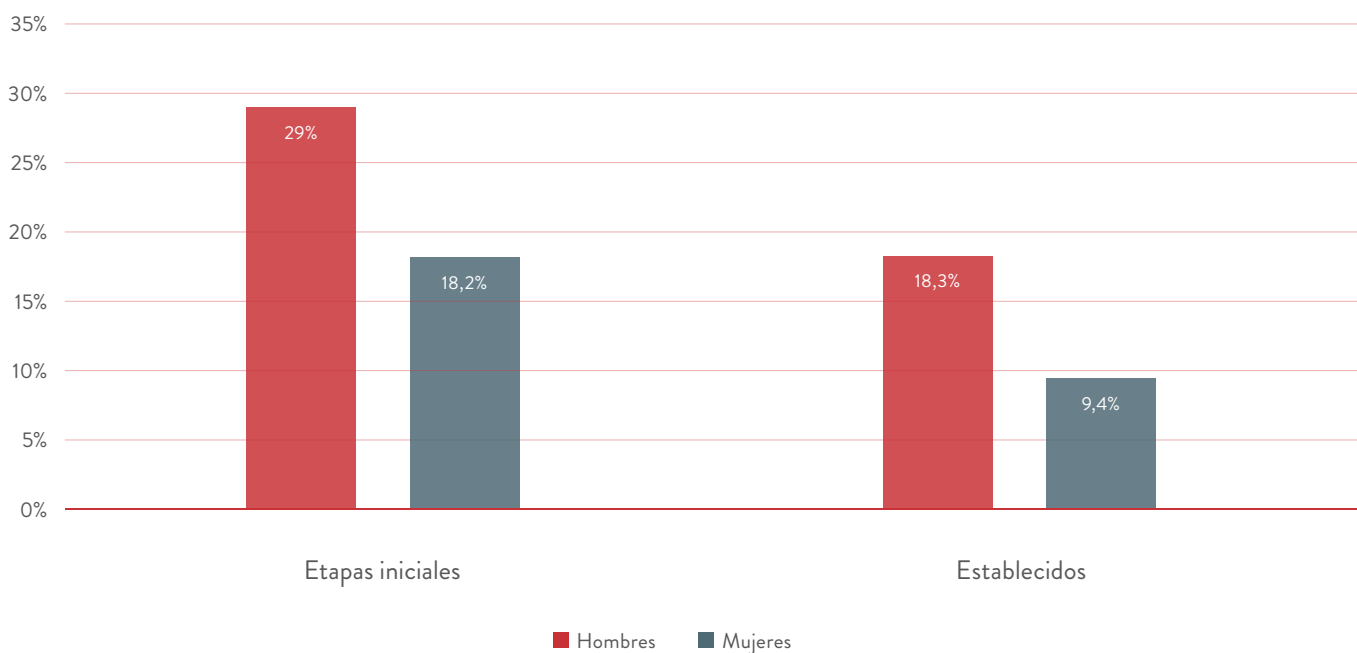


Fuente: GEM, Encuesta a Población Adulta (APS), 2017.



Respecto de participación por sexo, los resultados muestran mayor participación de hombres en emprendimiento. La *Figura 2.8* muestra que los hombres declaran emprender un 29,0%, mientras que las mujeres solo un 18,2%. Para el caso de los emprendedores establecidos, las mediciones para hombres y mujeres alcanzaron un 18,3% y 9,4% respectivamente.

Figura 2.8: Emprendimientos en etapas iniciales y establecidos, según sexo (%)



Fuente: GEM, Encuesta a Población Adulta (APS), 2017.

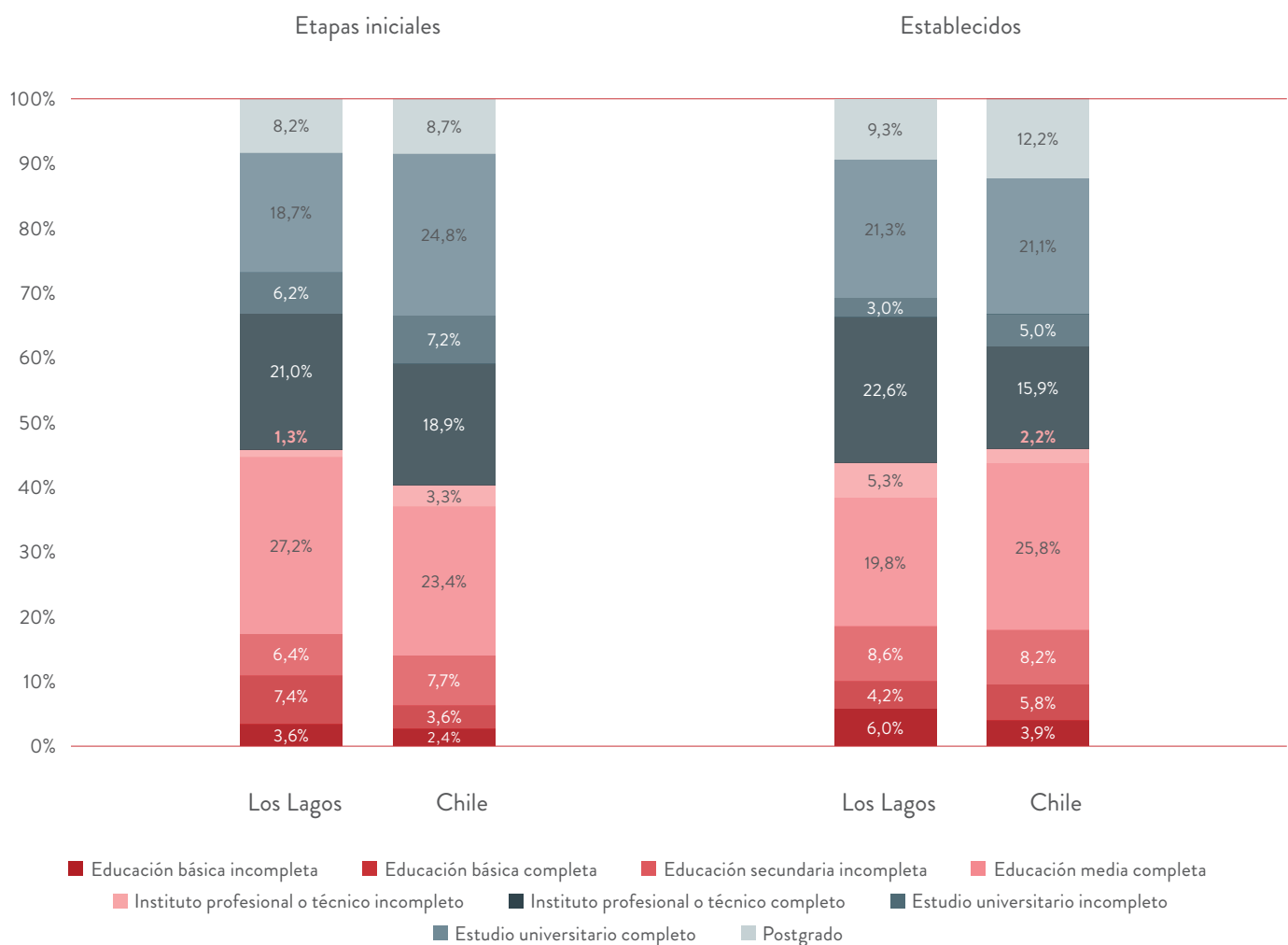


2.6. Nivel educativo

En este apartado se examina el nivel de estudios de los emprendedores en etapas iniciales y establecidos de la región. En este sentido, es posible señalar que entre los emprendedores en etapas iniciales el nivel educacional predominante es la educación secundaria completa con un 27,2%, seguido de estudios técnicos profesionales completos (21,0%), estudios universitarios completos (18,7%) y posgrado con (8,2%).

En lo que respecta a los empresarios establecidos, el 22,6% posee estudios técnicos profesionales completos, seguido de estudios universitarios completos (21,3%) y educación secundaria completa (19,8%).

Figura 2.9: Proporción del nivel de estudios en actividad emprendedora (%)

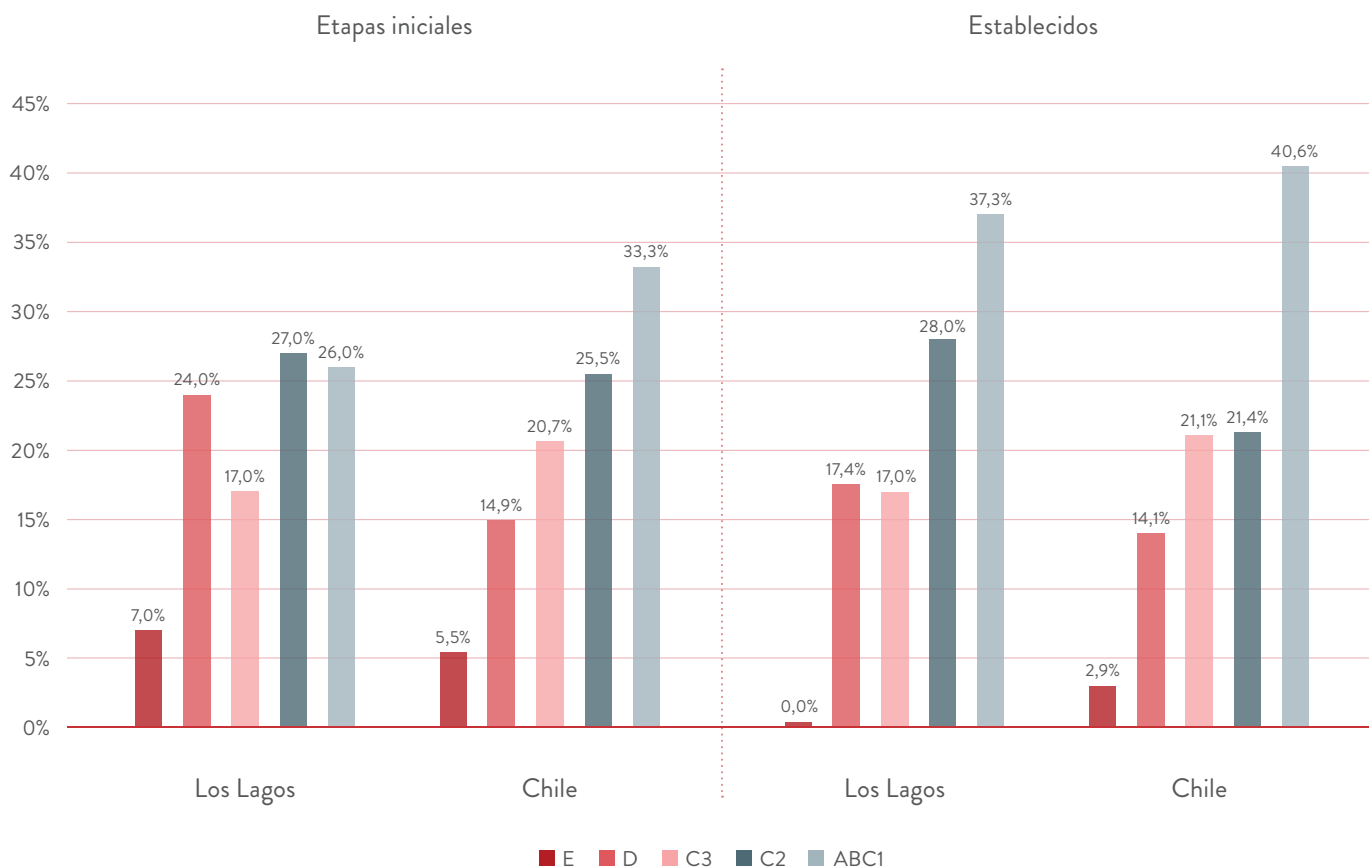


Fuente: GEM, Encuesta a Población Adulta (APS), 2017.

2.7. Nivel de ingresos

La **Figura 2.10** examina el ingreso familiar de los emprendedores en etapas iniciales y establecidos de la región. De los emprendedores en etapas iniciales solo el 7% se encuentra en el nivel de ingresos bajo (nivel E), concentrándose de manera homogénea en los niveles de ingresos medios y altos. En lo que respecta a los empresarios establecidos, el 65% se encuentra en los dos niveles con más altos ingresos (C2 y ABC1), similar a la tendencia del país, donde 62% de los emprendedores establecidos están en estos niveles.

Figura 2.10: Actividad emprendedora, según ingreso familiar (%)

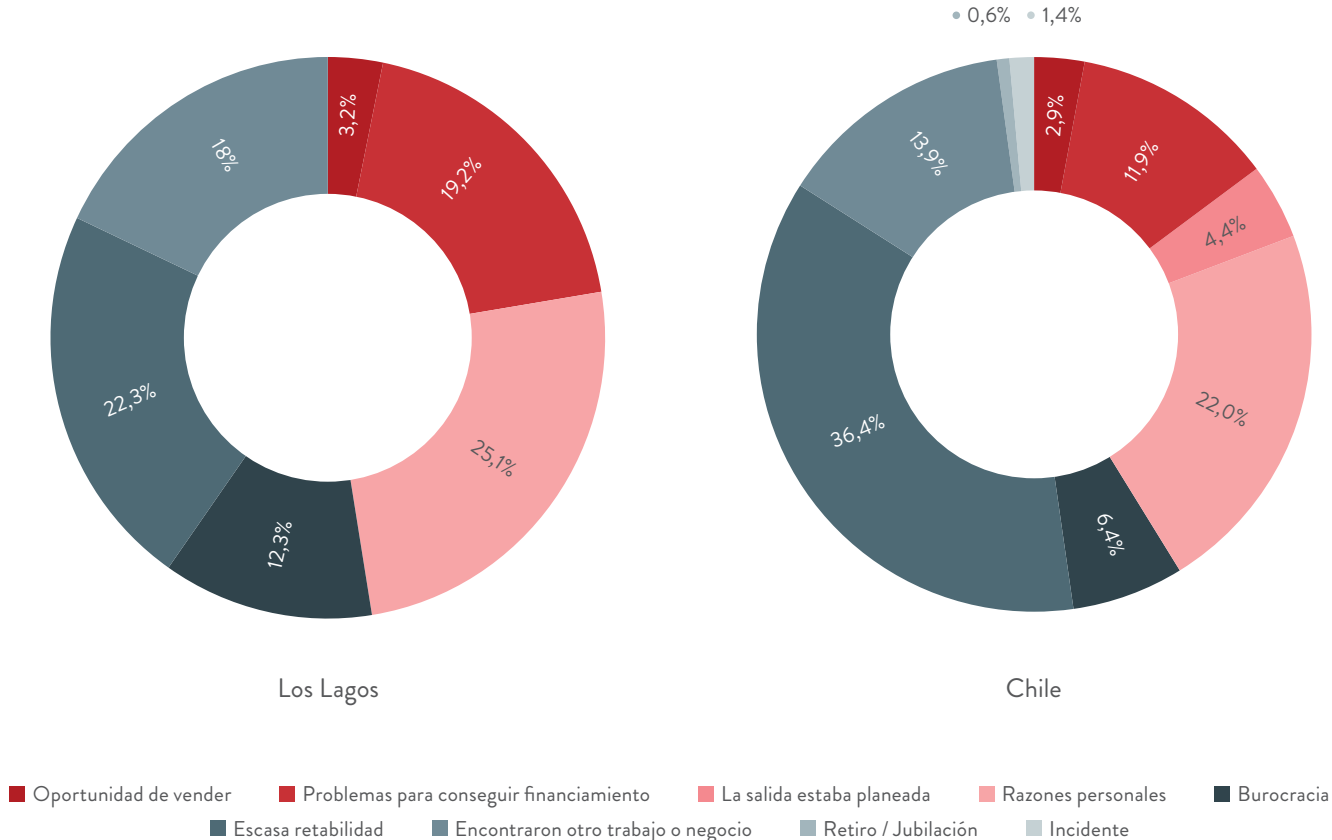


Fuente: GEM, Encuesta a Población Adulta (APS), 2017.

2.8. Descontinuación de los negocios

Los motivos que reconocen los emprendedores de la Región de Los Lagos para discontinuar su negocio son razones personales (25,1%), la escasa rentabilidad (22,3%), problemas para conseguir financiamiento (19,2%) y encontrar otro trabajo o negocio (18,0%), situación similar con lo observado a nivel nacional. La principal diferencia está en “problemas para conseguir financiamiento” que alcanza un 11,9% en el país y un 19,2% en la región.

Figura 2.11: Razones expresadas tras la discontinuación de un emprendimiento (%)



Fuente: GEM, Encuesta a Población Adulta (APS), 2017.

2.9. Aspiraciones emprendedoras

GEM examina las aspiraciones de los emprendedores a través de predicciones de crecimiento; grado de innovación de empresa; uso de tecnologías novedosas dentro de la empresa; y extensión del mercado en el futuro. Asimismo, se observa el número de clientes no nacionales para conocer el nivel de internacionalización del emprendimiento.

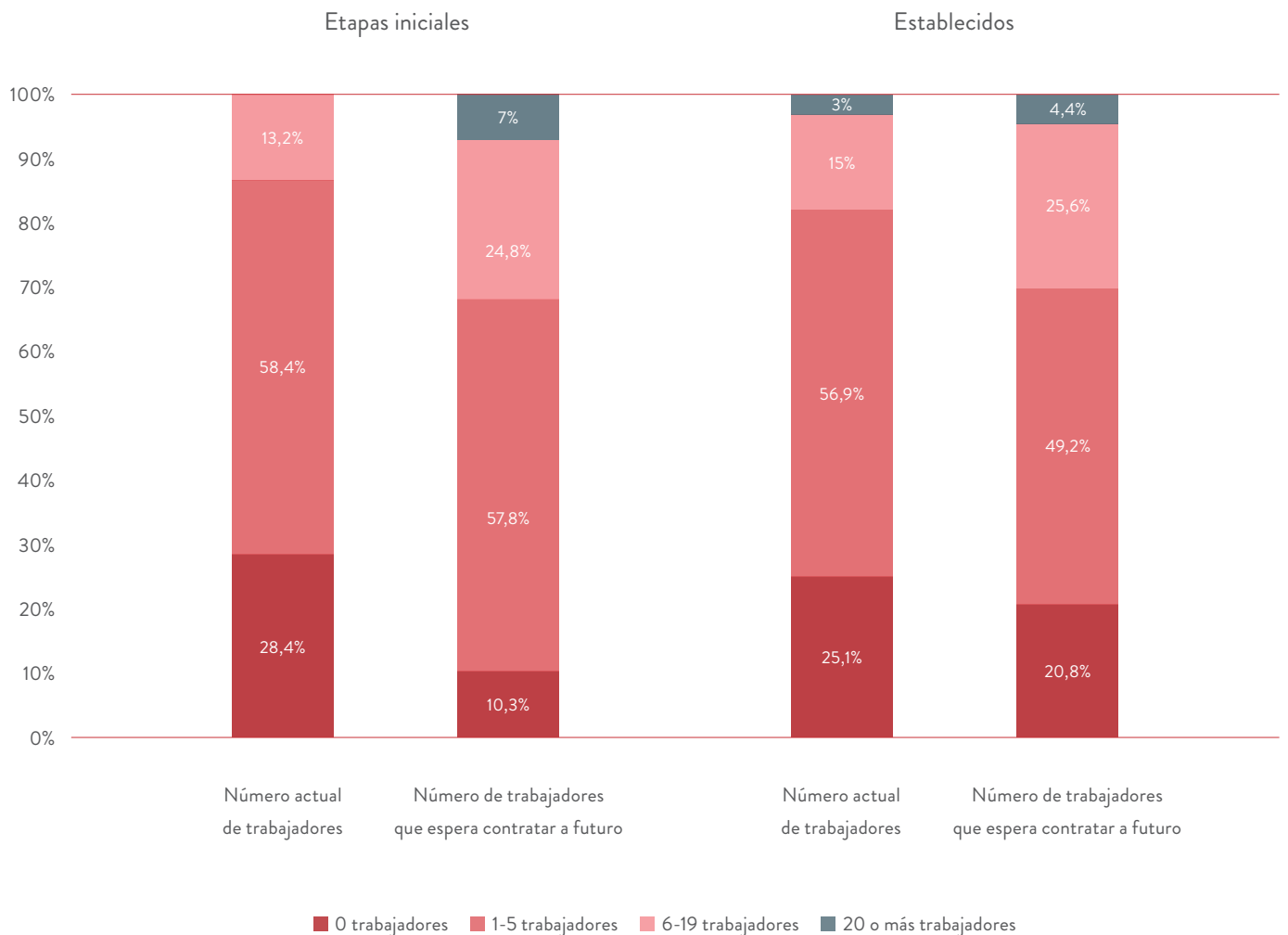
En términos de posibilidades de crecimiento, se les consulta a los emprendedores la cantidad de trabajadores contratados en el presente y su proyección en el futuro. Para el GEM, una expectativa de crecimiento considerable se vincula con la estimación de contratar a más de 20 empleados en cinco años.



En esta región, los emprendedores en etapas iniciales que se declaran autoempleados corresponden al 28,4%, mientras que el 58,4% tiene entre 1 y 5 trabajadores, el 13,2% tiene entre 6 y 19 trabajadores. En cinco años más, el 57,8% de este grupo pretende contratar entre 1 y 5 trabajadores, mientras el 24,8% indica que contrataría entre 6 y 19.

Los emprendedores establecidos tienen un 25,1% de autoempleo, mientras que el 56,9% tiene entre 1 y 5 trabajadores, el 15% tiene entre 6 y 19, y el 3% tiene 20 o más trabajadores. Resulta llamativo que el 20,8% señale que en los próximos cinco años no contratará ningún trabajador y el 49,2% contratará entre 1 y 5.

Figura 2.12: Número de trabajadores y potencial de contrataciones, según etapa de emprendimiento (%)



Fuente: GEM, Encuesta a Población Adulta (APS), 2017.

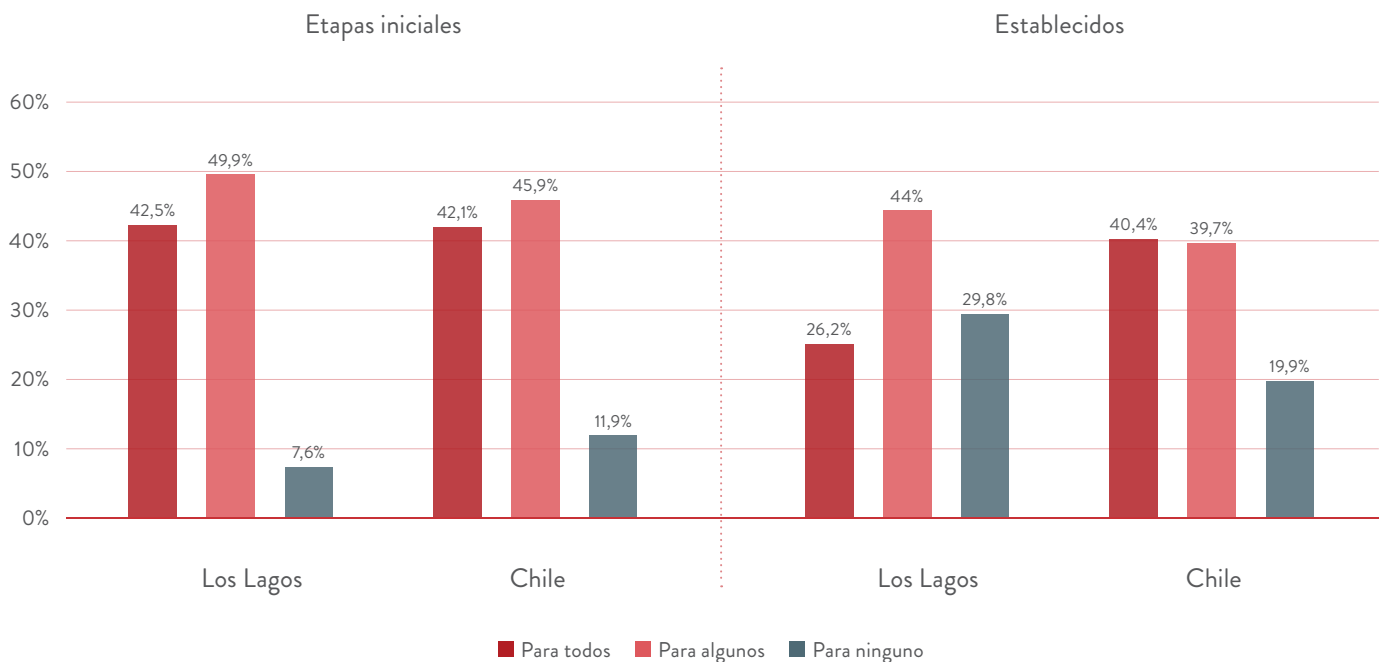
2.10. Orientación a la innovación

Para el GEM, la innovación representa un factor importante para la creación de valor en los mercados. En este marco, se les pregunta a los emprendedores qué tan nuevos resultan para sus clientes los productos o servicios que ofrecen, y el grado de competencia que perciben.

La **Figura 2.13** indica que el 42,5% de los emprendedores en etapas iniciales de la región, declara ofrecer productos o servicios novedosos para todos sus clientes, el 49,9% señala que para algunos es novedoso, mientras que solo el 7,6% declara que para ninguno.



Figura 2.13: Novedad de los productos o servicios ofrecidos (%)



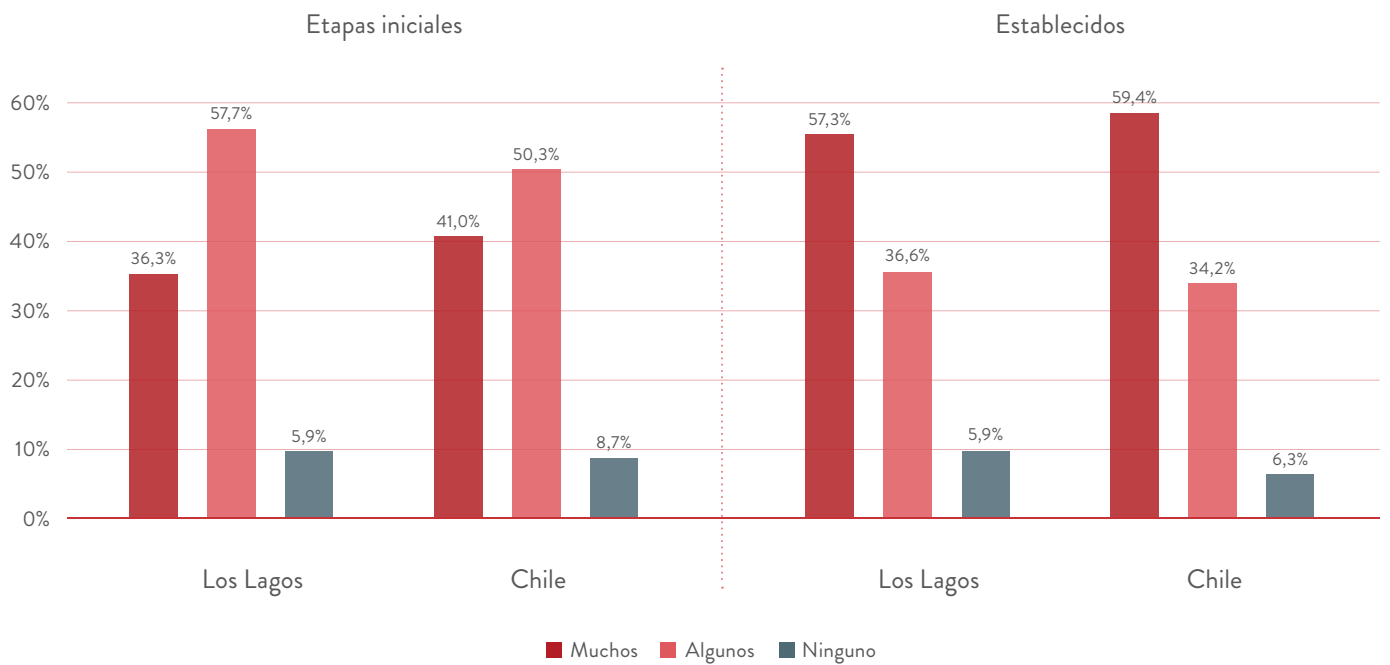
Fuente: GEM, Encuesta a Población Adulta (APS), 2017.

Si realizamos el mismo análisis para los emprendedores establecidos de la región, solo el 26,2% de ellos declara ofrecer productos o servicios novedosos para todos sus clientes, mientras que el 44% señala que para algunos son novedosos y el 30% declara para ninguno, lo cual permite destacar que hay poca innovación en este grupo en comparación con el nivel nacional.



En la Región de Los Lagos, el 36,3% de los emprendedores en etapas iniciales considera que tiene muchos competidores, mientras que para los emprendedores establecidos la medición este valor alcanza el 57,3%.

Figura 2.14: Intensidad de la competencia esperada (%)

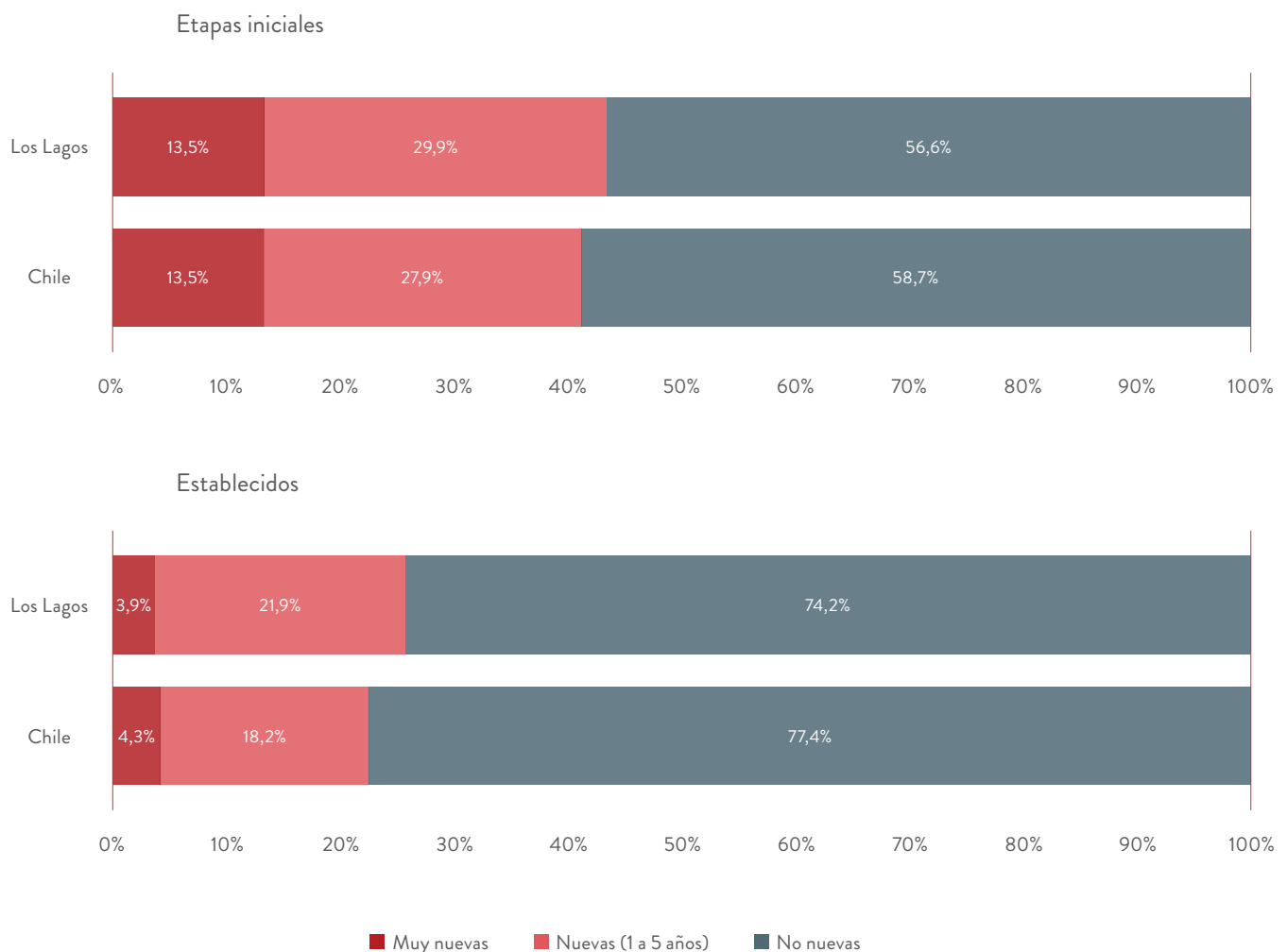


Fuente: GEM, Encuesta a Población Adulta (APS), 2017.

2.11. Utilización de nuevas tecnologías

El estudio consulta qué tan nuevas son las tecnologías usadas por los emprendedores, definiendo como muy nuevas tecnologías aquellas surgidas hace menos de doce meses, nuevas tecnologías a aquellas entre uno a cinco años, y tecnologías no nuevas a las superiores a cinco años. En la **Figura 2.15**, se observa una considerable proporción de emprendedores en etapas iniciales y establecidos en la región que no usan nuevas tecnologías (56,6% y 74,2% respectivamente), situación que se replica a nivel nacional (58,7% y 77,4% respectivamente). Adicionalmente, los emprendedores en etapas iniciales de la región que declaran usar muy nuevas tecnologías son el 13,5%, coincidente a nivel país.

Figura 2.15: Uso de nuevas tecnologías o procesos (%)



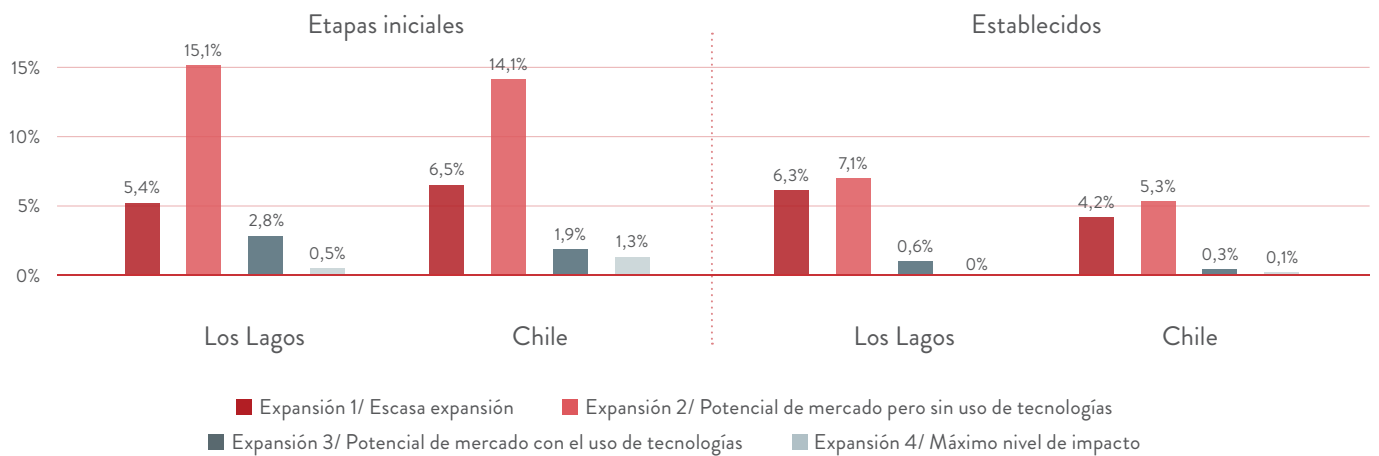
Fuente: GEM, Encuesta a Población Adulta (APS), 2017.

2.12. Potencial de expansión del mercado

El modelo GEM observa cuatro categorías de expansión del mercado. La primera categoría es baja expansión de mercado, la segunda categoría es potencial de mercado moderado, la tercera categoría indica potencial de mercado intermedio, y la cuarta categoría representa el nivel superior según expansión de mercado y uso de tecnologías.

La **Figura 2.16** examina estos niveles, Chile y la Región de Los Lagos se ubican mayoritariamente en la segunda categoría. En emprendedores en etapas iniciales, esta categoría logra un 15,1% para la región y un 14,1% en Chile. En emprendedores establecidos, la categoría alcanza un 7,1% y 5,3%, respectivamente.

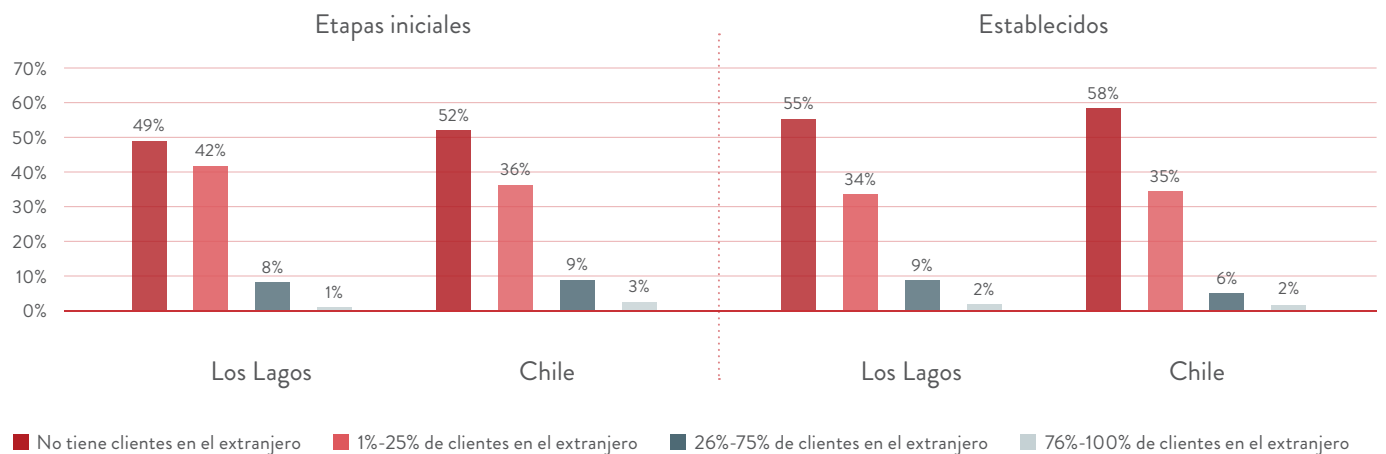
Figura 2.16: Expectativa de expansión de mercado (%)



Fuente: GEM, Encuesta a Población Adulta (APS), 2017.

La **Figura 2.17** indica que tanto los emprendedores en etapas iniciales como los empresarios establecidos tienen bajos niveles de internacionalización, a nivel nacional y de la región.

Figura 2.17: Proporción de emprendedores, según orientación a mercados internacionales (%)



Fuente: GEM, Encuesta a Población Adulta (APS), 2017.

2.13. Predictores de emprendimiento en la Región de Los Lagos

Luego de describir los principales aspectos de la actividad emprendedora en Chile y la Región de Los Lagos, es importante indagar en los predictores que favorecen el emprendimiento. Es decir, responder a la pregunta: ¿qué características hacen que las personas sean más proclives a convertirse en emprendedoras?

Por tanto, en este apartado, se estudia el efecto sobre el emprendimiento de tres conjuntos de factores, que a lo largo del reporte se han analizado separadamente:

- **Factores sociodemográficos:** sexo, edad, nivel de educación, nivel de Ingresos.
- **Atributos individuales para emprender:** percepción de oportunidades, percepción de capacidades, miedo al fracaso, contacto con personas emprendedoras.
- **Valoración social hacia el emprendimiento:** opción de carrera deseable, estatus social, atención de los medios.



Para estimar el efecto de estas condiciones, se utilizan modelos de regresión logística con una variable dependiente dicotómica que miden la probabilidad de que las y los encuestados participen en etapas iniciales de la actividad emprendedora, ya sea como emprendedores nacientes o nuevos empresarios.

De este modo, se presentan los resultados de los modelos de regresión como razón de probabilidades, lo que significa que la probabilidad de ser emprendedor aumentará o disminuirá dependiendo si la razón de probabilidad de las variables dependientes son respectivamente mayores o menores a 1. El modelo de regresión logística es explicado en la siguiente ecuación:

Participación en etapas iniciales de la actividad emprendedora =

$$\begin{aligned} &+ \beta_0 + \beta_1, \text{ Hombre} \\ &+ \beta_2 \text{ Educación superior} \\ &+ \beta_3 \text{ Nivel de de ingreso ABC1} \\ &+ \beta_4 \text{ Edad} \\ &+ \beta_5 \text{ Contacto con emprendedores} \\ &+ \beta_6 \text{ Percepción de oportunidades} \\ &+ \beta_7 \text{ Percepción de capacidades} \\ &+ \beta_8 \text{ Miedo al fracaso} \\ &+ \beta_9 \text{ Opción de carrera deseable} \\ &+ \beta_{10} \text{ Estatus social emprendimiento} \\ &+ \beta_{11} \text{ Atención de los medios} \\ &+ \varepsilon_{ij} \end{aligned}$$

Los resultados de los modelos de regresión (Tabla 2.4), muestran que a nivel nacional, la probabilidad de participación en etapas iniciales de la actividad emprendedora, es mayor al ser hombre, al aumentar la edad, al tener contacto con emprendedores y tener una alta percepción de las capacidades propias para emprender.

Es importante mencionar al género como un factor relevante al momento de definir la posibilidad de ser emprendedor; de modo tal, que el ser hombre aumenta las chances en 31%.

También, se observa un fuerte predominio de los atributos individuales para emprender, las chances de ser emprendedor son casi tres veces más cuando se conoce a personas que emprenden, casi cuatro veces más cuando la persona se autopercibe con capacidades para emprender y finalmente, las chances disminuyen un 28% cuando se declara el miedo al fracaso al poner en

marcha un negocio. También resulta interesante destacar que no se aprecia un efecto significativo de las variables vinculadas a la valoración social hacia el emprendimiento, es decir, la aceptación cultural no estaría siendo un factor relevante para que las personas se conviertan en emprendedoras.

Con respecto a la Región de Los Lagos, también se identifica la diferencia de género, es decir, las posibilidades de ser emprendedor aumentan en más del doble al ser hombre. Además, se mantiene el efecto de las variables vinculadas a los atributos individuales, de manera tal, que las chances de ser emprendedor son casi dos veces más cuando se conoce a personas que emprenden y casi seis veces más cuando se auto percibe capacidades para emprender.

Tabla 2.4: Modelos de regresión logística para la probabilidad de participación en etapas iniciales de la actividad emprendedora

Variables	Modelo 1		Modelo 2	
	Chile		Los Lagos	
	Exp {B}		Exp {B}	
Factores sociodemográficos				
Hombre	1.31***	(0.13)	2.22***	(0.42)
Educación Superior	0.86	(0.10)	1.13	(0.34)
Nivel de Ingreso más alto (ABC1)	1.16	(0.15)	1.01	(0.40)
Edad	1.00	(0.00)	1.02**	(0.01)
Atributos individuales				
Contacto con emprendedores	3.02***	(0.32)	1.97***	(0.54)
Percepción de oportunidades	1.01	(0.11)	0.79	(0.21)
Percepción de capacidades	4.26***	(0.56)	5.95***	(1.99)
Miedo al fracaso	0.72***	(0.08)	0.64	(0.19)
Valoración social al emprendimiento				
Opción de carrera deseable	0.99	(0.12)	0.82	(0.24)
Estatus social	0.96	(0.10)	0.76	(0.21)
Atención de los medios	0.92	(0.10)	0.88	(0.24)
Constante	0.07***	(0.02)	0.07***	(0.03)
N	5,698		394	
***p. <0.01; ** p <0.05; *p<0.1				

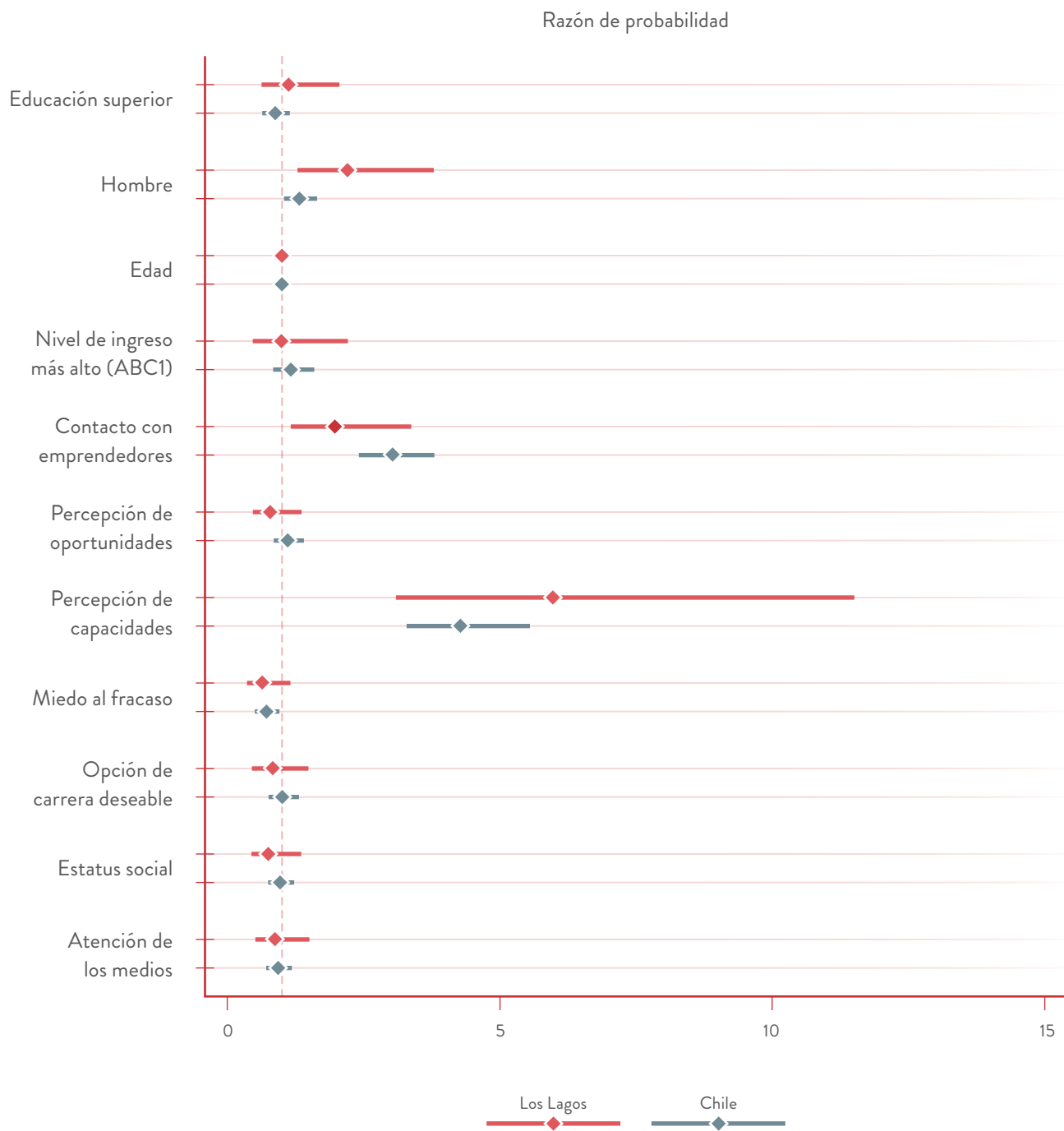
Fuente: GEM, Encuesta a Población Adulta (APS), 2017.



Como conclusión, resulta necesario destacar que los factores más importantes que impulsan a las personas a ser emprendedoras están vinculados al capital social (conocer personas que emprendan) y la autovaloración de las capacidades para emprender.

La **Figura 2.18** representa el efecto de todas las variables sobre la probabilidad de ser emprendedor, tanto a nivel nacional como en Los Lagos. Considerando la línea vertical como referencia, para entender cuándo una variable tiene un efecto sobre el emprendimiento (sus intervalos no tocan la línea) y cuándo no (los intervalos tocan la línea), es posible identificar el peso de las variables mencionadas anteriormente y su importancia en el modelo de la dinámica emprendedora del país y de la región.

Figura 2.18: Razón de probabilidad de participación en etapas iniciales de la actividad emprendedora



Fuente: GEM, Encuesta a Población Adulta (APS), 2017.

FACTORES DEL ECOSISTEMA PARA EMPRENDER EN LA REGIÓN DE LOS LAGOS

- 3.1. Análisis general de las condiciones para emprender en la Región de Los Lagos
- 3.2. Análisis específico de las condiciones para emprender en la Región de Los Lagos



Los factores de contexto en un determinado territorio, pueden facilitar u obstaculizar el emprendimiento. El marco teórico del GEM identifica nueve factores incidentes asociados al ecosistema de emprendimiento (Mandakovic & Serey, 2016). Este ecosistema está conformado por aspectos que ayudan al crecimiento del emprendimiento, o en sentido contrario, lo limitan.

La NES o Encuesta Nacional de Expertos es es uno de los instrumentos de medición del GEM y su objetivo es examinar las condiciones donde se ejecuta la actividad emprendedora, permite evaluar su efecto a nivel país y regional. Busca conocer la apreciación de expertos que provienen de distintos ámbitos: académicos, empresarios, gestores de políticas públicas, expertos en temas de innovación y transferencia, entre otros.





En esta sección, se examinará la evaluación de las condiciones del ecosistema para el emprendimiento en la región de Los Lagos. Las tablas siguientes muestran una breve descripción de cada uno de los nueve elementos que conforman el ecosistema antes mencionado.

Tabla 3.1: Condiciones de la actividad emprendedora

Apoyo Financiero	Se refiere a la disposición de recursos financieros - capital y deuda- para empresas (incluyendo subvenciones y subsidios).
Política Pública	Se vincula a la manera como las políticas del gobierno ayudan al emprendimiento. Presenta dos elementos: (i) Relevancia económica del emprendimiento. (ii) Impuestos y regulaciones son neutros o fomentan empresas nuevas y en crecimiento.
Programas de Gobierno	Se vincula a la presencia y característica de los programas para apoyar a las empresas nuevas y en formación.
Educación para el Emprendimiento	Se asocia a la introducción de los conocimientos y habilidades para generar negocios en los establecimientos educacionales y de capacitación. Esta dimensión tiene dos niveles: (i) Educación en educación primaria y secundaria. (ii) Educación en educación superior.
Transferencia de I+D	Se refiere al modo como la investigación y el desarrollo nacional permiten generar nuevas oportunidades de negocios y si estas oportunidades se encuentran al alcance de los emprendedores
Infraestructura Comercial y Legal	Se vincula a la disposición de servicios derechos de propiedad, comercial y contables, también a la manera en que las instituciones ayudan a empresas pequeñas y medianas.
Apertura al Mercado Interno	Esta dimensión mide las prácticas habituales y el marco regulatorio, y su flexibilidad en la aplicación para facilitar que las firmas nuevas y en crecimiento puedan competir.
Acceso a la Infraestructura Física	Se asocia al acceso a los recursos físicos existentes (comunicación, servicios públicos, transporte) a un costo que no discrimine entre empresas.
Normas Sociales y Culturales	Esta dimensión señala las reglas socio-culturales que fomentan nuevas empresas, logrando un mejor bienestar

Fuente: Basado en Levie, J., & Autio, E. (2007)

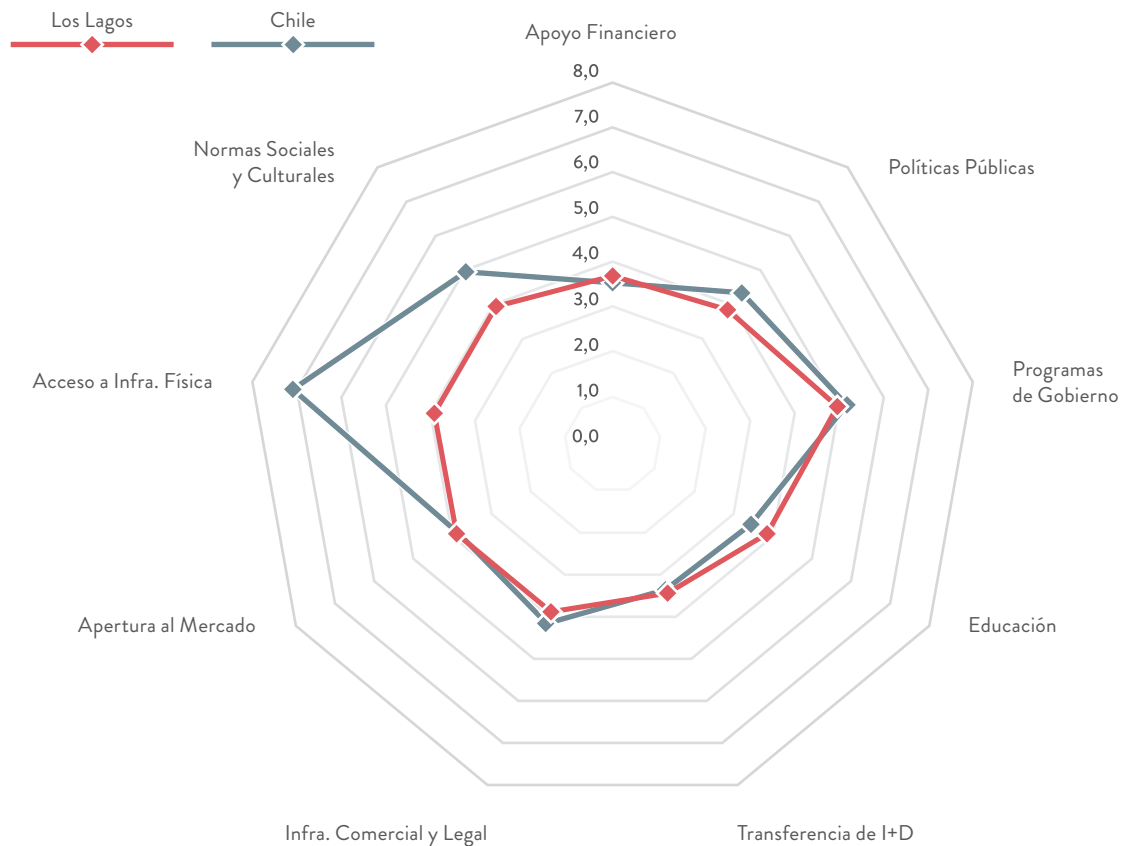
Para cada región, la metodología de la NES requiere al menos 4 expertos para cada una de las nueve condiciones, por lo que se espera en cada versión, 36 expertos por región como número mínimo de encuestados. Para la Región de Los Lagos, se encuestaron 36 expertos en total. El cuestionario de la NES está construido a partir de una serie de afirmaciones por condición en donde la evaluación es a través de escalas Likert de nueve puntos, donde 1 se interpreta como una condición altamente insuficiente y 9 altamente suficiente.

3.1. Análisis general de las condiciones para emprender en la Región de Los Lagos

La **Figura 3.1** muestra la evaluación promedio de los expertos para cada una de las condiciones del contexto. Los resultados de la región de Los Lagos, se comparan con el promedio de Chile. Las condiciones que presentan un mejor promedio en la región son Programas de Gobierno y Normas Sociales y Culturales, con 4,97 y 3,98 respectivamente, mientras que las condiciones peor evaluadas por los expertos son Transferencia de Investigación y Desarrollo (3,47) y Apoyo Financiero (3,73).

En Chile, las dimensiones con mejor promedio son Acceso a Infraestructura Física y Programas de Gobierno con 7,1 y 5,2 respectivamente, mientras que aquellas con más bajo promedio son Transferencia de Investigación y Desarrollo (3,4) y Apoyo Financiero (3,6).

Figura 3.1: Evaluación de expertos sobre ecosistema de emprendimiento (promedio).



Fuente: GEM, Encuesta a Expertos Nacionales (NES), 2017.

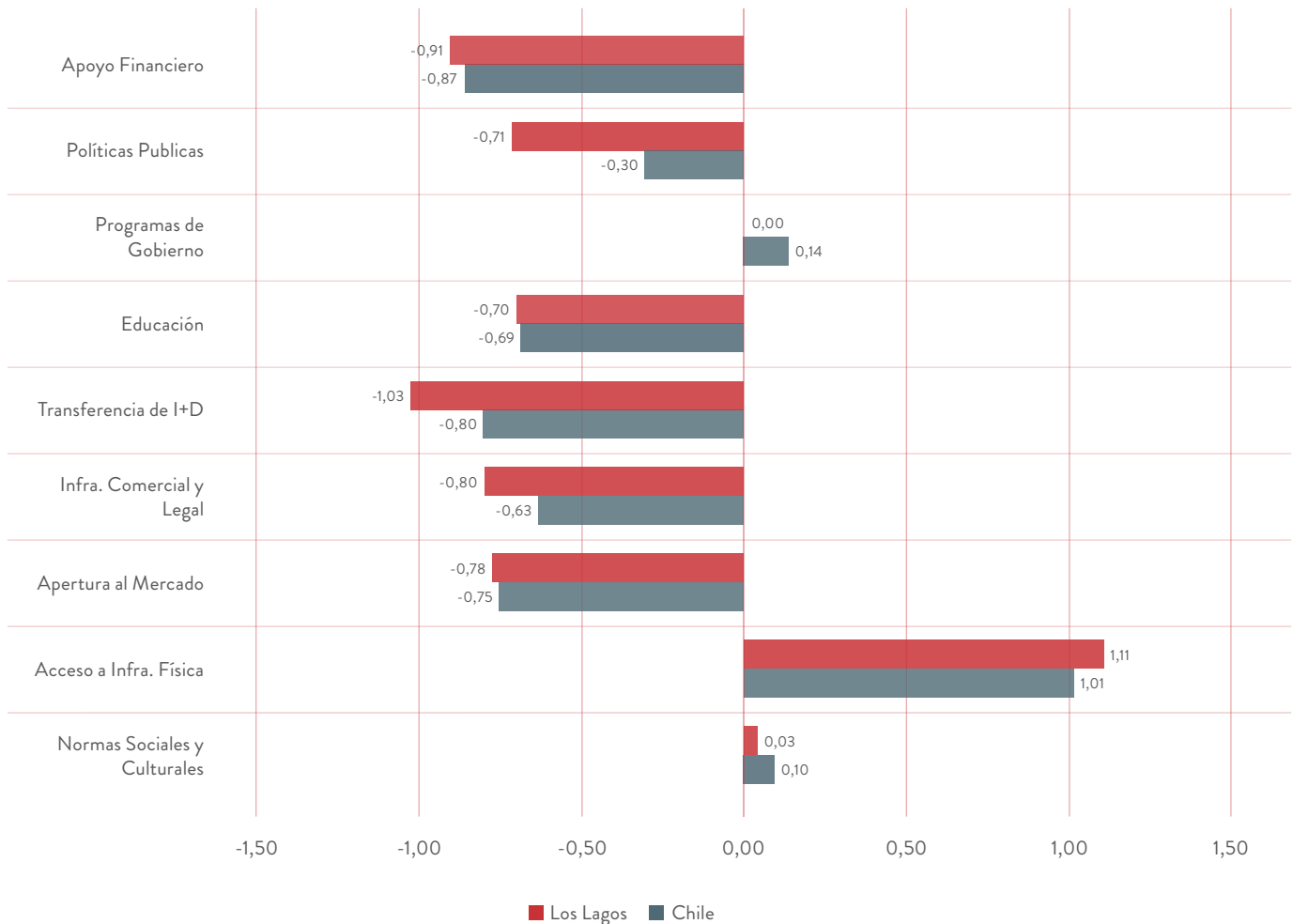
3.2. Análisis específico de las condiciones para emprender en la Región de Los Lagos

Para este análisis se realiza una conversión de la escala Likert utilizada en el cuestionario del NES, cuyo nivel de respuesta es condicionado por la evaluación de acuerdo o desacuerdo en cada una de las afirmaciones. En esta conversión, los resultados fluctúan entre -2 y +2 asignando a las respuestas neutras un valor de 0, en otras palabras, en los casos donde los encuestados no manifiestan estar de acuerdo ni en desacuerdo con la sentencia. Con esto, se consigue forzar que la varianza de los datos aumente y se puedan apreciar con mayor énfasis las diferencias en cada condición.

En la **Figura 3.2** se puede observar que Acceso a Infraestructura Física es el factor con la más alta evaluación con un 1,11. En puestos intermedios se ubican los factores de Normas Sociales y Culturales (0,03) seguido de Programas de Gobierno (0,0). Finalmente, aquellos factores con más baja evaluación son Apoyo Financiero (-0,91), Políticas Públicas (-0,71), Educación (-0,70), Transferencia de I+D (-1,03), Infraestructura Comercial y Legal (-0,80) y Apertura al Mercado (-0,78).

A nivel nacional, se observa que la Infraestructura Física es el factor con la más alta evaluación con un 1,01, seguido de Programas de Gobierno (0,14) y Normas Sociales y Culturales (0,10). Con la peor evaluación se encuentran Apoyo Financiero con -0,87 y Transferencia de I+D con -0,80.

Figura 3.2: Evaluación del contexto emprendedor de la Región de Los Lagos y en Chile



Fuente: GEM, Encuesta a Expertos Nacionales (NES), 2017.

A continuación, se presentan los principales resultados de cada dimensión, en lo que respecta al grado de acuerdo y desacuerdo con variables importantes de la actividad emprendedora para el año 2017.

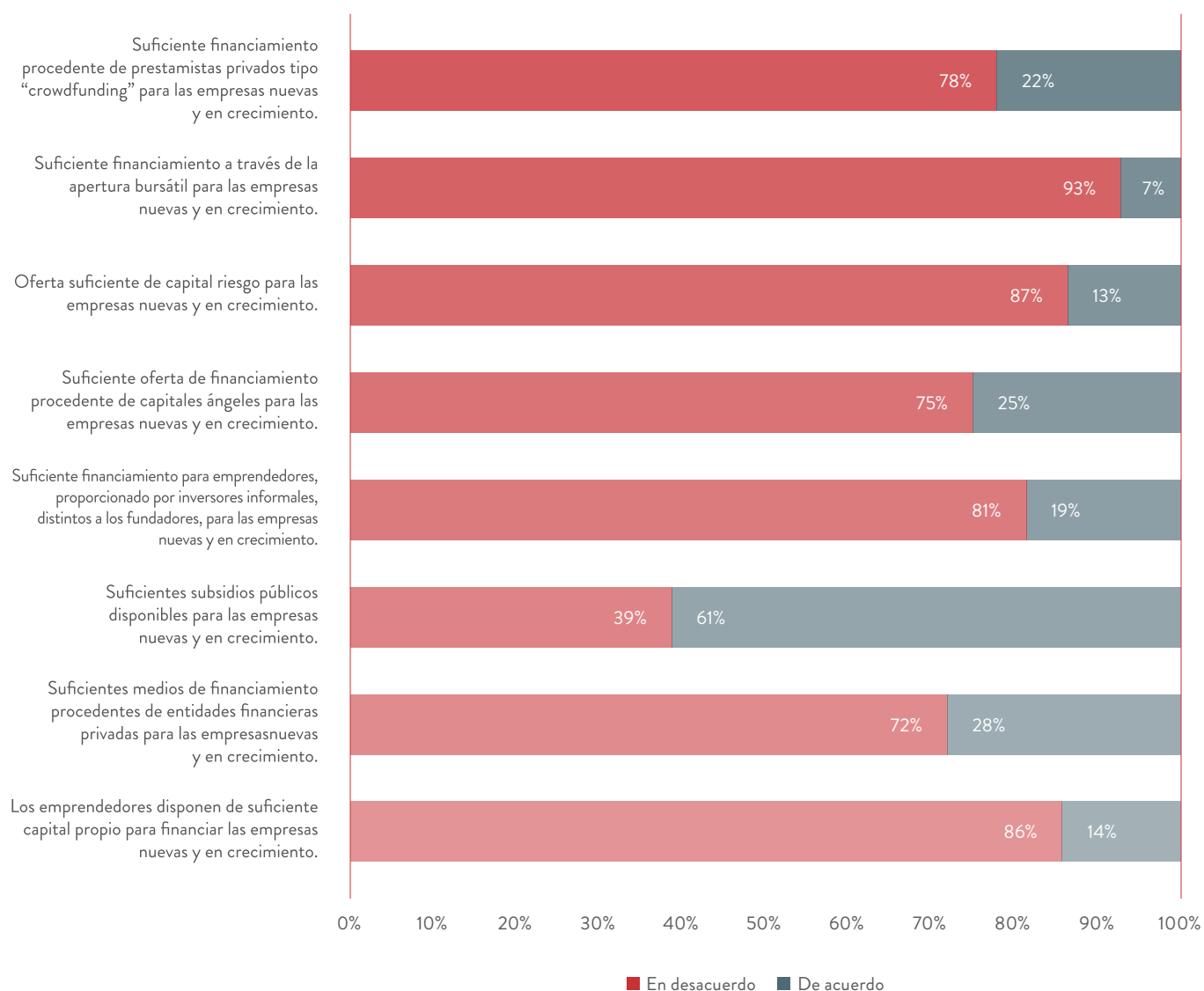
Apoyo Financiero, Factor: -0.91

Esta dimensión se refiere a la disposición de recursos financieros a los que pueden acceder tanto los nuevos emprendedores, como aquellos que están en etapa de crecimiento. El 14% de los expertos encuestados está de acuerdo con que “los emprendedores disponen de suficiente capital propio para financiar las empresas nuevas

y en crecimiento”, un 28% indica que “hay una oferta suficiente de capital de riesgo para las empresas nuevas y en crecimiento”.

Por su parte, entre las afirmaciones con más apoyo, el 61% apoya que “hay suficientes subsidios públicos disponibles para las empresas nuevas y en crecimiento”. El 28% apoya que “hay suficientes medios de financiamiento procedentes de entidades financieras privadas para las empresas nuevas y en crecimiento”, y un 25% cree que “existe suficiente oferta de financiamiento procedente de capitales ángeles para las empresas nuevas y en crecimiento”.

Figura 3.3: Evaluación de la condición Apoyo Financiero



Fuente: GEM, Encuesta a Expertos Nacionales (NES), 2017.

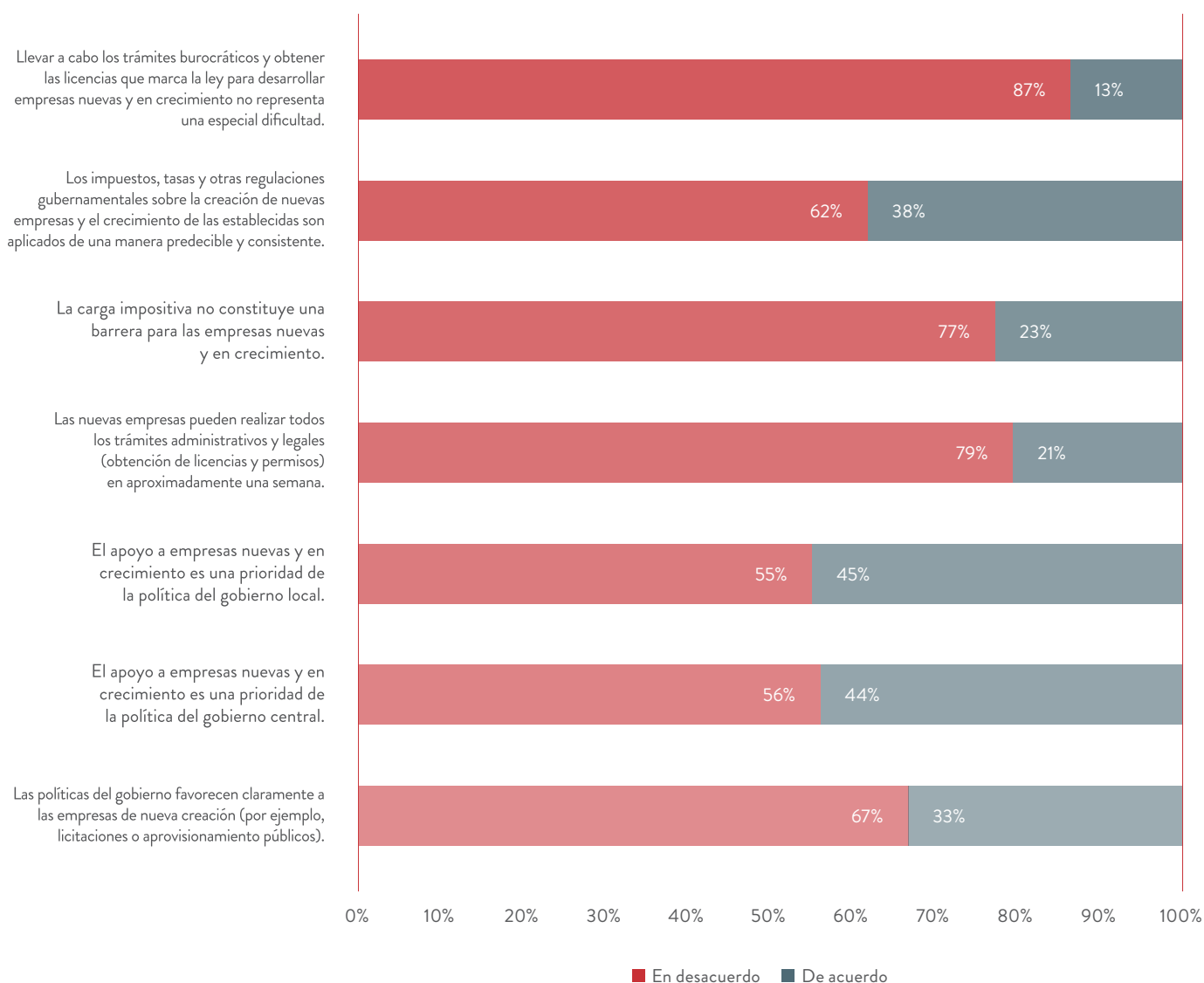
Entre las afirmaciones con menos apoyo, el 13% está de acuerdo con que “hay una oferta suficiente de capital de riesgo para las empresas nuevas y en crecimiento”, y el 7% cree que “hay suficiente financiamiento a través de la apertura bursátil para las empresas nuevas y en crecimiento”.

Políticas Públicas, Factor: -0.71

Esta dimensión se refiere a la manera el gobierno ayuda al emprendimiento por la importancia económica del emprendimiento y los impuestos y regulaciones que fomentan a las empresas nuevas y en crecimiento.

En este sentido, cerca del 45% de los expertos cree que “el apoyo a empresas nuevas y en crecimiento es una prioridad de la política del gobierno local y central”, el 38% está de acuerdo con que “los impuestos, tasas y otras regulaciones gubernamentales sobre la creación de nuevas empresas y el crecimiento de las establecidas son aplicados de una manera predecible y consistente”, mientras que el 33% de los encuestados apoya que “las políticas del gobierno favorecen claramente a las empresas de nueva creación”. Por otra parte, el 23% cree que “la carga impositiva NO constituye una barrera para las empresas nuevas y en crecimiento”.

Figura 3.4: Evaluación de la condición Políticas Públicas



Fuente: GEM, Encuesta a Expertos Nacionales (NES), 2017.

Entre las afirmaciones con menos apoyo, el 13% declara que “llevar a cabo los trámites burocráticos y obtener las licencias que marca la ley para desarrollar empresas nuevas y en crecimiento NO representa una especial dificultad”, y el 21% cree que “las nuevas empresas pueden realizar todos los trámites administrativos y legales en aproximadamente una semana”.

Programas de Gobierno, Factor: 0.00

Este factor se asocia a la presencia y cualidades de los programas para ayudar a las empresas nuevas y en crecimiento a nivel nacional y regional. El 63% cree que “los parques científicos e incubadoras aportan un apoyo efectivo a la creación de nuevas empresas y al desarrollo de las que están en crecimiento”. El 52% de los encuestados está de acuerdo con que “existe un número adecuado de programas gubernamentales que fomentan la creación y el crecimiento de nuevas empresas”, y el 52% apoya que “los profesionales que trabajan en agencias gubernamentales de apoyo a la creación y al crecimiento de nuevas empresas son competentes y eficaces”.

Figura 3.5: Evaluación de la condición Programas de Gobierno



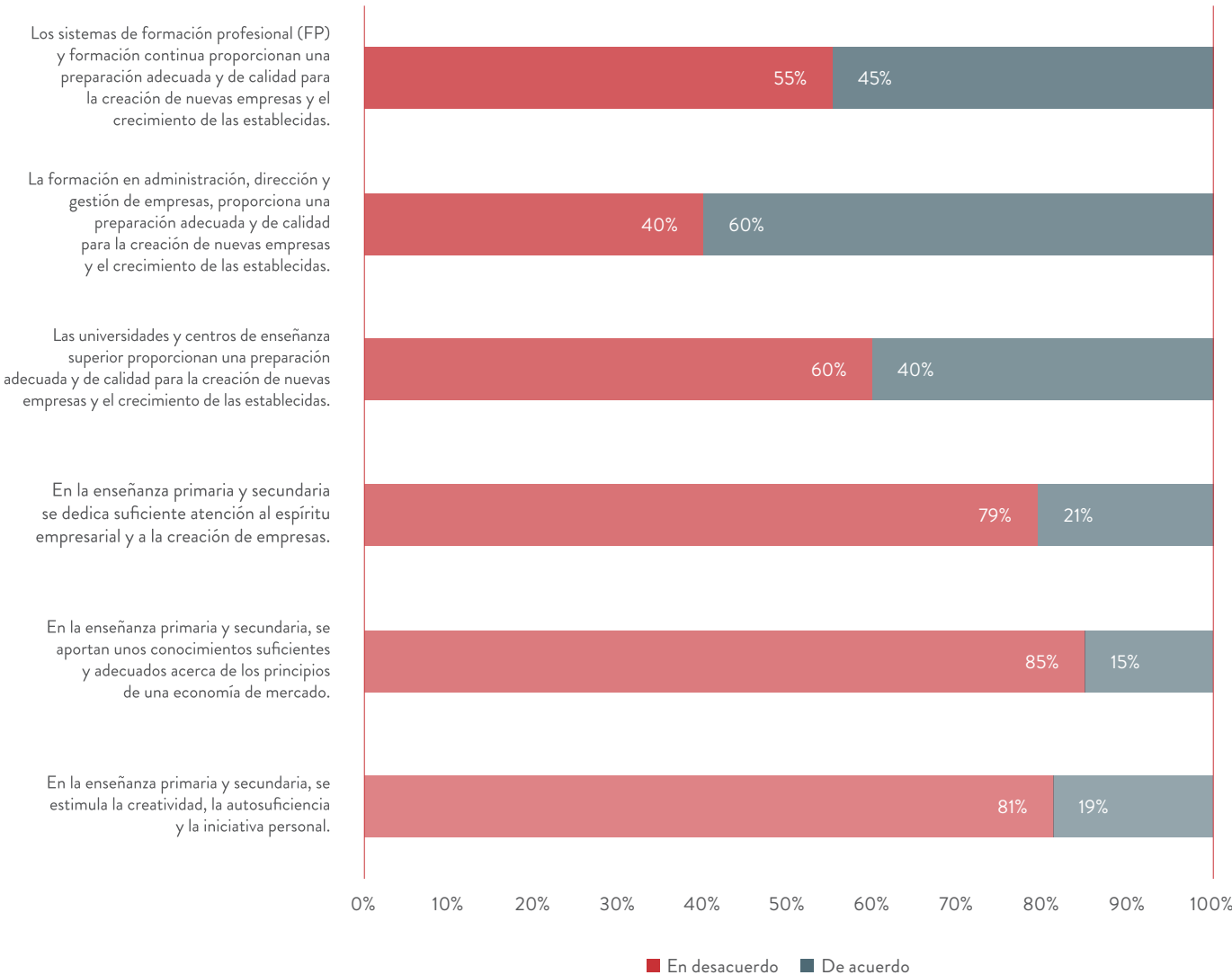
Fuente: GEM, Encuesta a Expertos Nacionales (NES), 2017.

El 48% cree en las afirmaciones de que “casi todo el que necesita ayuda de un programa del gobierno para crear o hacer crecer una empresa, puede encontrar algo que se ajuste a sus necesidades” y “puede obtenerse información sobre una amplia gama de ayudas gubernamentales a la creación y al crecimiento de nuevas empresas contactando con un solo organismo”, mientras que el 46% de expertos está de acuerdo con que “los programas gubernamentales que apoyan a las empresas nuevas y en crecimiento son efectivos”.

Educación para el Emprendimiento, Factor: -0.70

Esta dimensión se refiere a la introducción de los conocimientos y habilidades para generar negocios en los establecimientos educacionales y de capacitación. El 60% apoya que “la formación en administración, dirección y gestión de empresas, proporciona una preparación adecuada y de calidad para la creación de nuevas empresas y el crecimiento de las establecidas”. La mitad de los encuestados cree que “las universidades y centros de enseñanza superior proporcionan una preparación adecuada y de calidad para la creación de nuevas empresas y el crecimiento de las establecidas”. Un 45% de los expertos está de acuerdo con que “los sistemas de formación profesional (FP) y formación continua proporcionan una preparación adecuada y de calidad para la creación de nuevas empresas y el crecimiento de las establecidas”.

Figura 3.6: Evaluación de la condición Educación para Emprendimiento



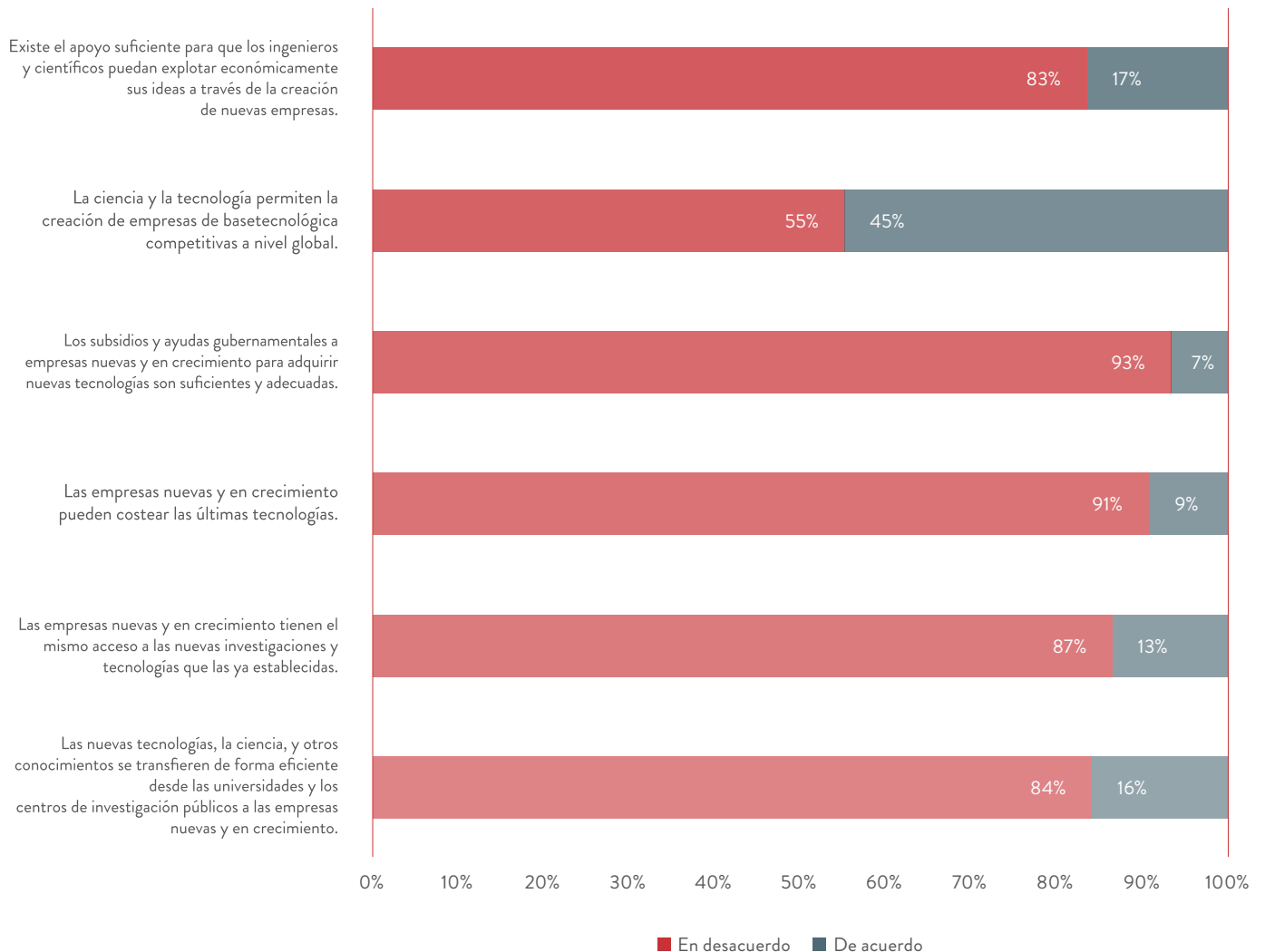
Fuente: GEM, Encuesta a Expertos Nacionales (NES), 2017.

Entre las afirmaciones con menos apoyo, apenas el 21% apoya que “en la enseñanza primaria y secundaria se dedica suficiente atención al espíritu empresarial y a la creación de empresas”. Solo el 15% de los expertos está de acuerdo con que “en la enseñanza primaria y secundaria se aportan unos conocimientos suficientes y adecuados acerca de los principios de una economía de mercado”, mientras que el 19% de los encuestados cree que, “en la enseñanza primaria y secundaria, se estimula la creatividad, la autosuficiencia y la iniciativa personal”.

Transferencia de I+D, Factor: -1.03

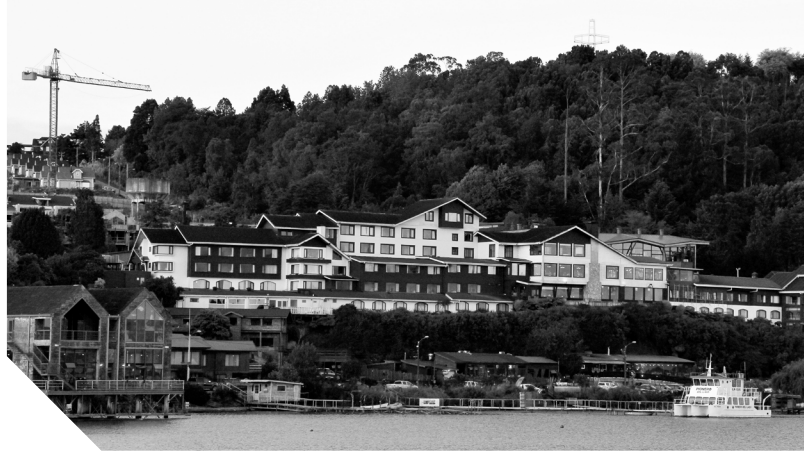
Se refiere a como la investigación y el desarrollo nacional permiten producir nuevas oportunidades de negocios y si estas oportunidades se encuentran al alcance de los emprendedores. El 45% de los expertos está de acuerdo con que “la ciencia y la tecnología permiten la creación de las empresas de base tecnológica competitivas a nivel global”; un 17% cree que “existe el apoyo suficiente para que los ingenieros y científicos puedan explotar económicamente sus ideas a través de la creación de nuevas empresas”.

Figura 3.7: Evaluación de la condición Transferencia I+D



Fuente: GEM, Encuesta a Expertos Nacionales (NES), 2017.

Entre las afirmaciones con menos apoyo, un 7% apoya que “los subsidios y ayudas gubernamentales a empresas nuevas y en crecimiento para adquirir nuevas tecnologías son suficientes y adecuadas”; el 9% de los expertos está de acuerdo con que “las empresas nuevas y en crecimiento pueden costear las últimas tecnologías”. Finalmente, un 13% cree que “las empresas nuevas y el crecimiento tienen el mismo acceso a las nuevas investigaciones y tecnologías que las ya establecidas”.



Infraestructura comercial y Legal, Factor: -0.80

Este factor se refiere tanto a la disponibilidad de servicios comerciales, contables y legales, como a la presencia de instituciones que faciliten el nacimiento de nuevos negocios. El 44% de los expertos está de acuerdo con que “existen suficientes proveedores, consultores y

subcontratistas para dar soporte a las empresas nuevas y en crecimiento”; el 22% de los expertos está de acuerdo con que “las empresas nuevas y en crecimiento pueden asumir el costo de utilizar subcontratistas, proveedores y consultores”; el 22% cree que “las empresas nuevas y en crecimiento tienen fácil acceso a buenos proveedores, consultores y subcontratistas”.

Figura 3.8: Evaluación de la condición Infraestructura Comercial y Profesional



Fuente: GEM, Encuesta a Expertos Nacionales (NES), 2017.

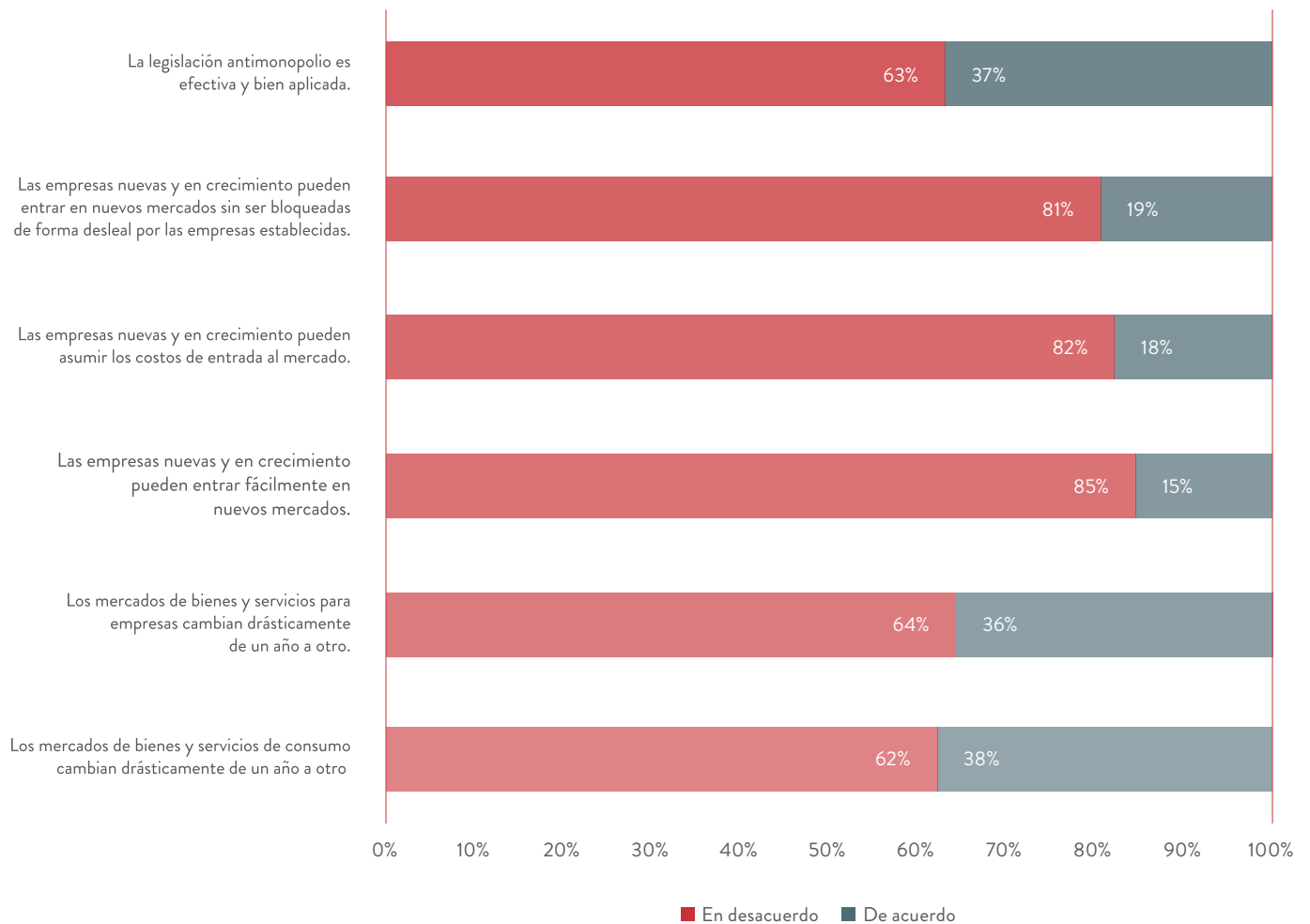


En general, predominan las afirmaciones con menos apoyo, solo el 21% apoya que “las empresas nuevas y en crecimiento tienen fácil acceso a buenos servicios bancarios, como apertura de cuentas corrientes, transacciones comerciales con el extranjero y similares”. Finalmente, el 13% apoya que “las empresas nuevas y en crecimiento tienen fácil acceso a un buen asesoramiento legal, laboral, contable y fiscal”.

Apertura al Mercado, Factor: -0.78

En general, los expertos declaran evaluaciones bajas o negativas. El 38% de los expertos está de acuerdo con que “los mercados de bienes y servicios de consumo cambian drásticamente de un año a otro”, el 36% apoya que “los mercados de bienes y servicios para empresas cambian drásticamente de un año a otro”. Por otro lado, el 37% de los expertos está de acuerdo con que “la legislación antimonopolio es efectiva y bien aplicada”.

Figura 3.9: Evaluación de la condición Apertura al Mercado



Fuente: GEM, Encuesta a Expertos Nacionales (NES), 2017.

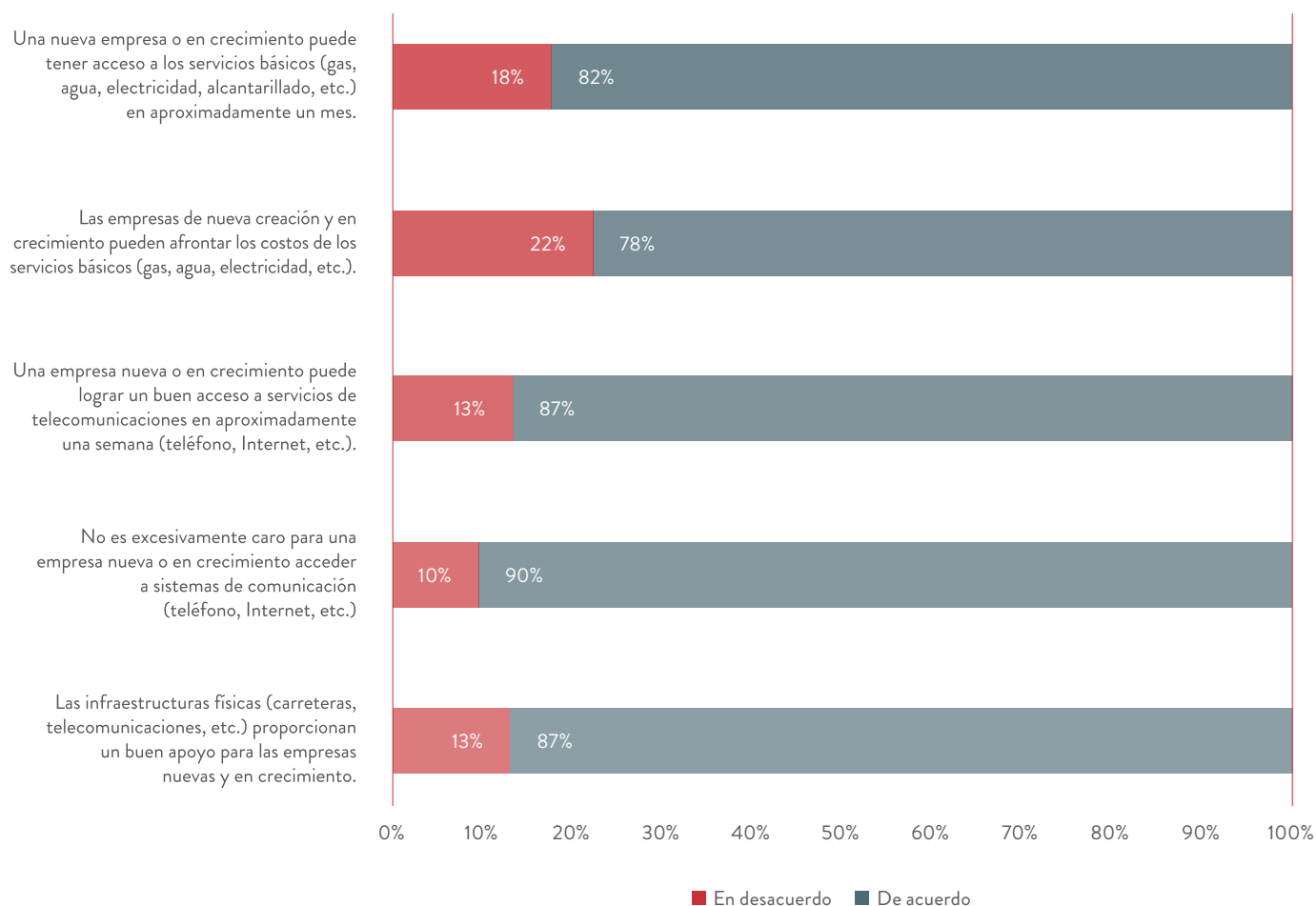


Adicionalmente, el 18% apoya que “las empresas nuevas y en crecimiento pueden asumir los costos de entrada al mercado”. Finalmente, un 15% cree que “las empresas nuevas y en crecimiento pueden entrar fácilmente en nuevos mercados”.

Acceso a Infraestructura Física, Factor: 1,11

Esta dimensión dentro del país y a nivel regional, tiene la evaluación más alta entre los factores de contextos. Un 90% piensa que no es excesivamente caro para una empresa nueva o en crecimiento acceder a sistemas de comunicación (teléfono, Internet, etc.). El 87% de los expertos cree que las infraestructuras físicas (carreteras, telecomunicaciones, etc.) proporcionan un buen apoyo para las empresas nuevas y en crecimiento; por otra parte, la afirmación con más bajo nivel de acuerdo es que las empresas de nueva creación y en crecimiento pueden afrontar los costos de los servicios básicos (gas, agua, electricidad, etc.), con un 78%.

Figura 3.10: Evaluación de la condición Infraestructura Física



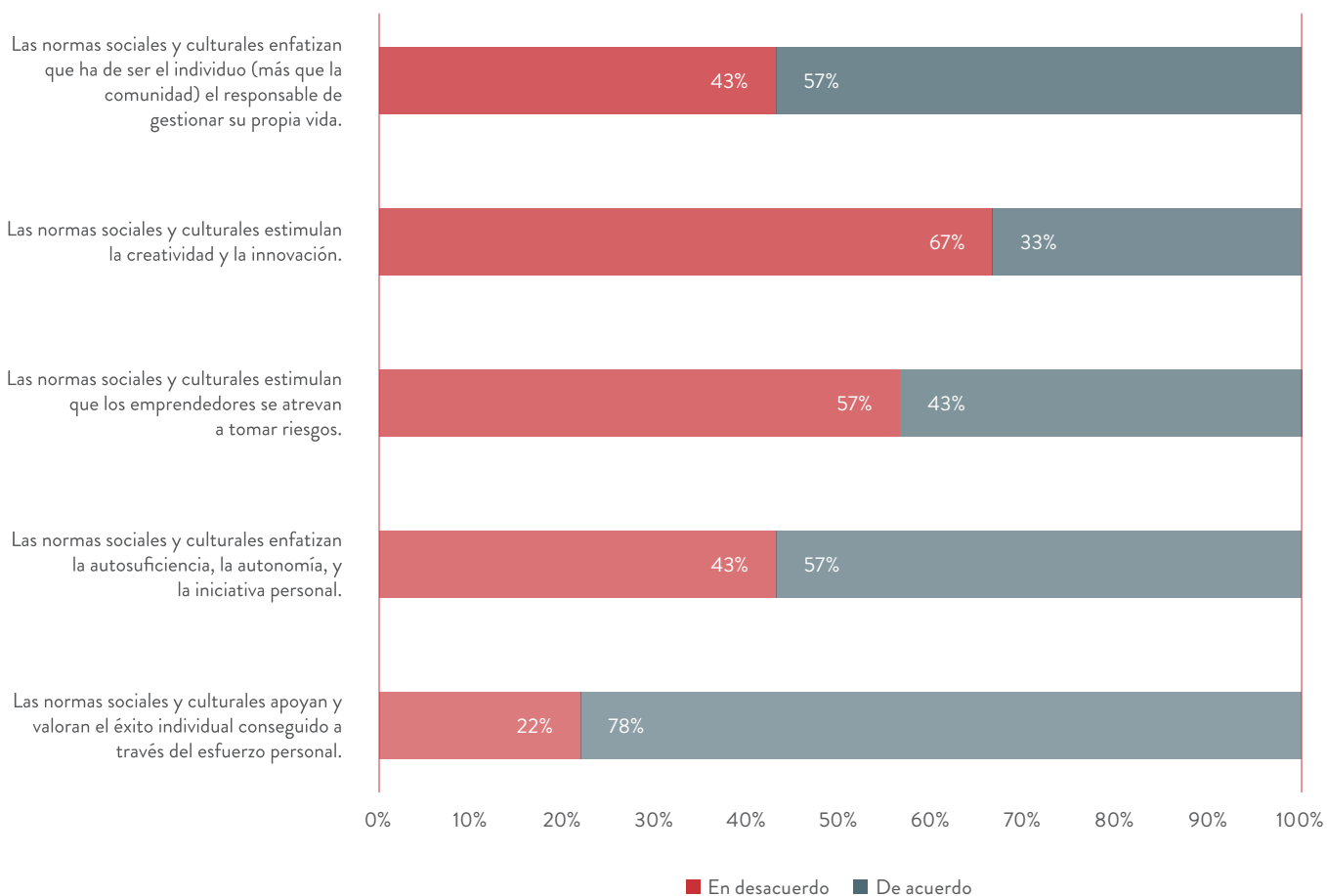
Fuente: GEM, Encuesta a Expertos Nacionales (NES), 2017.

Un 87% de los expertos está de acuerdo con que “una empresa nueva o en crecimiento puede lograr un buen acceso a servicios de telecomunicaciones en aproximadamente una semana”; mientras que el 82% apoya que “una nueva empresa o en crecimiento puede tener acceso a los servicios básicos en aproximadamente un mes”.

Normas Sociales y Culturales, Factor: 0.03

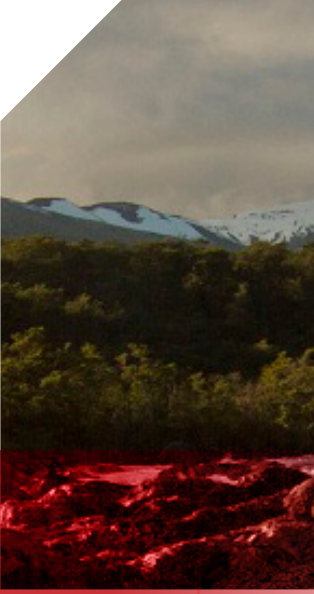
Esta dimensión señala las reglas socio-culturales que fomentan nuevas empresas, logrando un mejor bienestar. El 78% cree que “las normas sociales y culturales apoyan y valoran el éxito individual conseguido a través del esfuerzo personal”. Un 57% de los expertos está de acuerdo con que “las normas sociales y culturales enfatizan que ha de ser el individuo (más que la comunidad) el responsable de gestionar su propia vida”, mientras que el 57% cree que “las normas sociales y culturales enfatizan la autosuficiencia, la autonomía, y la iniciativa personal”.

Figura 3.11: Evaluación de la condición Normas Sociales y Culturales



Fuente: GEM, Encuesta a Expertos. Nacionales (NES), 2017.

Por otro lado, el 43% está de acuerdo con que “las normas sociales y culturales estimulan que los emprendedores se atrevan a tomar riesgos”. Finalmente, el 33% apoya que “las normas sociales y culturales estimulan la creatividad y la innovación”.



REFERENCIAS



4. Referencias

Amorós, J. E. (2011). El proyecto Global Entrepreneurship Monitor (GEM): una aproximación desde el contexto latinoamericano. *Academia Revista Latinoamericana de Administración*, (46), 1-15.

Bosma, N. S., & Levie, J. (2010). 2009 Executive Report. Global Entrepreneurship Monitor.

Bosma, N., Jones, K., Autio, E., & Levie, J. (2008). 2008 Executive Report. Global Entrepreneurship Monitor.

GERA, Global Entrepreneurship Research Association. (2018, oct). GEM Global Entrepreneurship Monitor, recuperado de <https://www.gemconsortium.org/>

Kelley, D. J., Singer, S., & Herrington, M. (2012). 2011 Global Report. Global Entrepreneurship Monitor.

Kelley, D., Singer, S., & Herrington, M. (2015). 2014 Global Report. Global Entrepreneurship Monitor.

Levie, J., & Autio, E. (2007). Entrepreneurial framework conditions and national-level entrepreneurial activity: Seven-year panel study. In *Third Global Entrepreneurship Research Conference*.

Mandakovic, V. & Serey, T. (2016). Reporte Nacional de Chile 2016. Global Entrepreneurship Monitor.

Reynolds, P. D., Hay, M., & Camp, S. M. (1999). 1999 Executive Report. Global Entrepreneurship Monitor.

Singer, S., Herrington, M. & Menipaz, E. (2018). Global Report 2017-2018. Global Entrepreneurship Monitor.

Wennekers, S., Uhlaner, L., & Thurik, R. (2002). Entrepreneurship and its conditions: a macro perspective. *International Journal of Entrepreneurship Education (IJEE)*, 1(1), 25-64.



EXPERTOS CONSULTADOS

5. Expertos Consultados

Agustín Dagnino	Jaime Velásquez
Alejandro Ahumada	Marcelo Álvarez
Alfredo Albarrán	Marcelo Moraga
Amanda Milosevich	Marco Rosas
Andrea Mattei	María Obando
Andrea Soto	Nabor Carrillo
Andrés Barrezueta	Oliver Lizana
Cesar Eduardo	Paula Heinsohn
Daniel Puschel	Paulette Irrarrázaval
Emma Baeza	Ramon Rubio
Fabiola Díaz	Ricardo Ardiles
Fabiola Marín	Richard Villanueva
Francisco Vásquez	Rodolfo Andrade
Gabriel Labra	Rodrigo Ibáñez
Gonzalo Arias	Rodrigo Mardones
Héctor Bracchiglione	Rosa Villalobos
Hernan Pacheco	Sebastián Novoa
Jaime Valdebenito	

FICHA METODOLÓGICA

6.1. Encuesta a Población Adulta en
Región del Los Lagos

6.2. Encuesta Nacional de Expertos en
Región del Los Lagos



6.1. Encuesta a Población Adulta en Región de Los Lagos

Tipo de Estudio	Encuestas administradas 80% telefónicamente y 20% cara a cara
Universo	Población chilena, adulta y mayor de 18 años
Muestra	Muestra aleatoria estratificada por regiones en base a los datos del CENSO 2012- INE.
Total Muestra	9.204 casos del año
Total Muestra Región de Los Lagos	591 casos del año
Fecha de Trabajo de Campo	Mayo-Julio 2017
Encuestador	Questio estudios de mercado y opinión

6.2. Encuesta Nacional de Expertos en Región de Los Lagos

Total Muestra	468 expertos de 11 regiones del país, más la medición nacional
Total Muestra Región de Los Lagos	37 expertos
Fecha de Trabajo de Campo	Mayo-Agosto 2017
Encuestador	Miembros del equipo GEM Chile



EXPERIENCIAS DE EMPRENDEDORES EN LA REGIÓN DE LOS LAGOS

7.1. PATAGON INFUSIÓN: Alimentación saludable con sabor sureño

7.2. SALA CUNA & AFTER SCHOOL SHADDAI: Protección y cuidado más allá del hogar

7.3. LA CATA: Delicias de Argentina en pleno Osorno

7.4. COOPERATIVA PESQUERA COSTA CARELMAPU: Emprendimiento de desconchadoras

7.1. PATAGON INFUSIÓN

Alimentación saludable con sabor sureño

Inspiradas por las bondades de la Patagonia chilena y de las frutas que se cultiva en la región, Josefa Behrend, bióloga marina, y Trinidad Schlotterbeck, ingeniera civil, decidieron hace 2 años crear PATAGON INFUSIÓN, emprendimiento enfocado en brebajes listos para tomar, la motivación de elaborar productos del área de alimentos y bebidas saludables, combinando extractos de frutas y hierbas, resaltando la vida del sur del país, marcada por sus paisajes y climas patagónicos.

Para materializar la idea, partieron con las primeras pruebas y extracciones en las cocinas de sus hogares, las cuales al inicio no lograron buen sabor. Con el aprendizaje diario, fueron desarrollando un producto que pudieron validar con sus futuros consumidores, alcanzando un sabor puro con productos 100% naturales.

Uno de los elementos por los cuales el producto destaca es "la búsqueda de innovar en nuestros procesos productivos, para ofrecer alimentos con identidad que permitan compartir de manera sustentable con el medio ambiente", apuntó Trinidad.

En cuanto a sus colaboradores, las emprendedoras mencionaron el Centro de Desarrollo de Negocios Osorno de Sercotec, como importante al momento de crecer dentro de Chile. De este modo, han podido vender cerca de 2.000 unidades mensuales en 4 regiones del país.

Finalmente, recalcaron la gran labor que han realizado por estos últimos meses con el Centro, "el cual nos abrió la oportunidad de comunicarnos con expertos en Nueva York, y evaluar las posibilidades de exportar nuestro producto en un futuro cercano, para iniciar la internacionalización de nuestra producción".





7.2. SALA CUNA & AFTER SCHOOL SHADDAI: Protección y cuidado más allá del hogar

Graciela Ávalos y sus 2 hermanos: Bélgica y Luis, decidieron seguir el rumbo del emprendimiento. Es por eso que hace 5 años nació SALA CUNA & AFTER SCHOOL SHADDAI, empresa dedicada al cuidado y protección de lactantes y niños desde los 2 hasta los 8 años.

La sala cuna ha buscado a través de los años, caracterizarse como una sala cuna con una excelente calidad del servicio, teniendo el valor agregado que le otorgan los sellos institucionales como lo son la educación cristiana y ambiental. "En todo el tiempo que hemos llevado a cabo este proyecto, como equipo siempre hemos buscado ser transparentes con los padres, brindando el mayor de los cuidados y cariños a los pequeños, quienes pasan gran parte del día con nosotros", apunta Graciela.

En sus comienzos, la sala cuna obtuvo la ayuda del Centro de Desarrollo de Negocios Osorno de Sercotec, principalmente con respecto a las acciones de marketing para impulsar la sala cuna. Graciela señala la capacitación entregada para manejar de mejor manera las redes sociales, generando el contenido adecuado para lograr posicionar la marca. De esta manera, la matrícula del nivel de sala cuna ha aumentado en un 100%, y se ha creado un nuevo servicio de guardería.

A futuro, Graciela indica que uno de los desafíos mayores es "seguir manteniéndonos en el tiempo con la misma calidad y mejorarla cada día, de manera que nuestros usuarios se sientan satisfechos y felices con el trabajo que aquí les entregamos, además del cariño que les brindamos a sus pequeños".



7.3. LA CATA Delicias de Argentina en pleno Osorno

Este emprendimiento gastronómico, es fundado por Antonio Vertullo y Marcela Miranda. Para Antonio, la cocina siempre ha sido su pasión, pero al momento de radicarse en Osorno, -él es de Bariloche-, se les ocurrió la idea de hacerlo comercialmente.

Marcela destaca la ayuda del Centro de Desarrollo de Negocios de Sercotec, ya que conocía los buenos resultados de otros emprendedores: “nos asesoraron para definir que este negocio era viable, apoyándonos en llevarlo a cabo. Desde la parte legal, el tema comercial, las patentes, el tema de salud, marketing, y orientarme en todo lo que debía saber y hacer para empezar un negocio. El Centro ha sido fundamental en la génesis de este negocio”.

Finalmente, esta idea se concretó en LA CATA, negocio de comidas estilo argentino donde cocinan y venden pastas, masas, kitches, lasañas, empanadas, facturas, medialunas, cositas, entre otros. Ambos emprendedores reconocen que el valor agregado del negocio es hacer productos caseros de primera cali-

dad, hecho con materias primas de primer nivel, con un toque diferente, y un gusto que se adapta al paladar chileno, pero inspirado en la gastronomía argentina.

Para darse a conocer en la zona, han utilizado como plataforma de marketing principal a las redes sociales y el “boca a boca”. Para Marcela, estas estrategias han permitido en conjunto con el equipo del Centro, que LA CATA lograra aumentar las ventas en un 100%, en un corto período de tiempo.

En cuanto a sus proyecciones, esperan seguir creciendo, teniendo algunos productos más, dedicándose a vender a otros negocios locales, y ampliar su estructura, siempre con la ayuda del Centro de Desarrollo de Negocios.

7.4. COOPERATIVA PESQUERA COSTA CARELMAPU: Emprendimiento de desconchadoras

La COOPERATIVA PESQUERA COSTA CARELMAPU LTDA., es un emprendimiento colectivo dedicada a la elaboración y comercialización de productos de mar, especialmente piure, que nace en la población Porvenir de Carelmapu, comuna de Maullín. En su propuesta de valor, se reconoce ofrecer productos naturales 100% sanos, sin aditivos, sumándose a la tendencia de la alimentación saludable.

Uno de los catalizadores principales de este emprendimiento fue la crisis de la marea roja del año 2016 que generó una serie de problemas socioeconómicos, especialmente, en el borde costero de la región.

La cooperativa está compuesta principalmente por mujeres desconchadoras que realizaban sus faenas a la intemperie, al frío en invierno y pleno sol en verano, sin las condiciones mínimas sanitarias y laborales. En el año 2017 la cooperativa inició sus actividades formalmente y, en abril del año 2018, obtuvieron una resolución sanitaria para la operación formal de una pequeña planta de proceso.

El paso de la completa informalidad a la formalidad es un avance que les abrirá nuevos mercados. Hasta el momento, en etapa de marcha blanca y con una producción de 800 kilos a la semana, se ha logrado vender la totalidad del producto. En septiembre de este año, iniciaron su proyecto de consolidación del negocio colectivo, proyectan ventas de 19 millones de pesos para los próximos 12 meses.





MÁS INFORMACIÓN SOBRE GEM CHILE

Al presente, el proyecto GEM Chile es ejecutado por el Instituto de Emprendimiento de la Universidad del Desarrollo (UDD).

Correo: gem@udd.cl

Página web: negocios.udd.cl/gemchile

8.1. AUTORES

Gustavo Barrera Verdugo

Doctor © en Ciencias de la Administración y Magíster en Ciencias de la Administración por Universidad de Santiago de Chile, Magíster en Marketing egresado desde la Universidad de Chile e Ingeniero Comercial de la Pontificia Universidad Católica de Chile. Actualmente se desempeña como Académico en Dirección de Postgrados de INACAP.



Juan Acevedo Rubilar

Sociólogo y Magister en Sociología de la Pontificia Universidad Católica de Chile, además de Master en Investigación Social, Métodos y Estadística de la Universidad de Manchester. Se dedica a temas referidos a la metodología cuantitativa, encuestas y políticas públicas.



Bastián Chávez Dinamarca

Sociólogo de la Pontificia Universidad Católica de Chile. Se dedica a temas referidos a políticas públicas, tecnología y redes sociales.





COLABORADORES Y PATROCINADORES

9.1. Colaboradores y patrocinadores

Universidad Tecnológica de Chile INACAP

INACAP continúa siendo parte de GEM Chile, en 2018 ha elaborado reportes en cuatro regiones del país: Maule, Los Ríos, Los Lagos, Aysén. La institución ejecuta actividades tanto en el plano vinculado a la recolección de datos, a través de la aplicación de la Encuesta Nacional de Expertos (NES), como en la publicación del reportes regionales.



Los autores del reporte agradecen el apoyo de las siguientes personas, por su contribución en el levantamiento de datos y publicación de este informe:

• **Rodrigo Ibáñez Coronado**
Vicerrector de Sede Osorno

• **Fernando Monrás Álvarez**
Vicerrector de Sede Puerto Montt

• **Marco Rosas Leutenegger**
Director de Innovación de Sede Osorno

• **Gastón Oyarzún Reyes**
Director de Innovación de Sede Puerto Montt

• **Fabiola Salinas Hausdorf**
Directora de Vinculación con el Medio de Sede Osorno

• **Rafael Cepeda Álvez**
Director de Vinculación con el Medio de Sede Puerto Montt

El Proyecto GEM Chile es una iniciativa de:

Universidad del Desarrollo

La Universidad del Desarrollo (UDD) nace en 1990, su misión es contribuir al desarrollo económico, social y cultural del país a través del cultivo, perfeccionamiento y enseñanza de las ciencias y las artes.



En el año 2001 firma un convenio con Babson College, universidad número uno en la enseñanza del espíritu emprendedor en EEUU, logrando que todas las carreras de la universidad puedan recibir cursos de esta institución.

Durante 2008 logra un acuerdo con la Global Entrepreneurship Research Association, permitiendo que la UDD sea uno de los representantes del proyecto GEM a nivel internacional, y confirmando el compromiso con los estudios sobre la actividad emprendedora.

Más información en: www.udd.cl

A large, stylized graphic of the number '10' in a reddish-brown color. The '1' is a simple vertical bar with a slight top-left corner. The '0' is a thick, rounded ring. The word 'ANEXOS' is positioned in the upper right quadrant of the '0' ring.

ANEXOS

10.1. Glosario

Actitudes y percepciones emprendedoras

Oportunidades percibidas	Proporción de adultos (entre 18 y 64 años de edad) que observa buenas oportunidades para comenzar una empresa o negocio.
Capacidades percibidas	Proporción de adultos (entre 18 y 64 años de edad) que percibe tener las habilidades y los conocimientos necesarios para comenzar un negocio.
Intenciones emprendedoras	Proporción de adultos (entre 18 y 64 años de edad) que posee intenciones de comenzar un emprendimiento en los siguientes tres años.
Miedo al fracaso	Proporción de adultos (entre 18 y 64 años de edad) que observa la presencia de oportunidades, aunque el miedo al fracaso es un persuasivo para comenzar un negocio.
Emprendimiento como una elección de carrera deseable	Proporción de adultos (entre 18 y 64 años de edad) que apoya la sentencia de que iniciar un emprendimiento es una elección de carrera deseable.
Alto estatus y reconocimiento de los emprendedores	Proporción de adultos (entre 18 y 64 años de edad) que apoya la premisa “los emprendedores tienen un alto estatus y reconocimiento social”.
Atención dada por los medios de comunicación al emprendimiento	Proporción de adultos (entre 18 y 64 años de edad) que apoya la idea “los medios de comunicación exhiben con frecuencia contenido de nuevos emprendimientos exitosos”.

Actividad emprendedora

Tasa de emprendimientos nacientes	Proporción de adultos (entre 18 y 64 años de edad) que actualmente participa en la creación de un emprendimiento, pero que aún no ha pagado salarios, o cualquier otra remuneración por más de 90 días.
Tasa nuevos empresarios(as)	Proporción de adultos (entre 18 y 64 años de edad) que en el presente es dueño de un nuevo emprendimiento, es decir, tiene propiedad en un negocio pagando salarios por un tiempo entre los 3 y los 42 meses.
Actividad emprendedora en etapas iniciales (TEA)	Proporción de adultos (entre 18 y 64 años de edad) que se encuentra en las dos anteriores categorías mencionadas.
Tasa de emprendedores(as) establecidos(as)	Proporción de adultos (entre 18 y 64 años de edad) que en el presente es dueño de un emprendimiento establecido, pagando sueldos por más de 42 meses.
Tasa de actividad emprendedora total	Proporción de adultos (entre 18 y 64 años de edad) que actualmente participa en un emprendimiento en etapa inicial (TEA) o que es dueño de una empresa establecida.
Tasa de discontinuación de la actividad emprendedora	Proporción de adultos (entre 18 y 64 años de edad) que ha interrumpido un negocio en el último año
Motivación de la actividad emprendedora	Proporción de adultos (entre 18 y 64 años de edad) actualmente participando en un emprendimiento en etapa inicial (TEA), que tiene la motivación por comenzar un emprendimiento por oportunidad o por necesidad

Fuente: Tabla extraída de Bosma, N. S., & Levie, J. (2010). *Global Entrepreneurship Monitor 2009 Executive Report*.

